

الدكتور محمود محمد سـ سفر

الإعلام موقف



الطبعة الأولى
١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م



٦٣

الكتاب العربي السعودي

الدكتور محمود محمد سفر

الإعلام موقف

الطبعة الأولى
١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م
جدة - المملكة العربية السعودية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الناشر

تَهَامَة

جدة - المملكة العربية السعودية
ص.ب. ٥٤٥٥ - هاتف ٦٤٤٤٤٤٤

جميع الحقوق لهذه الطبعة محفوظة للناشر



الأعلام موقف

تتتتتتتتتتتتتت

فهرس

الموضوع	الصفحة
* إهداء	١١
* مقدمة	١٣
* تطور الإعلام في سطور	١٧
* الإعلام .. مفهوم ومعنى	٢١
* النظريات الإعلامية المعاصرة	٢٥
* الإعلام الحديث بين النظرية والتطبيق	٣٧
* منطلقات للإعلام من منظور إسلامي	٤٤
* الإعلام في العالم العربي ... نظرة واقعية	٥٠
* غاية الإعلام في المجتمع العربي المسلم	٦٠
* الوظيفة الاجتماعية للإعلام العربي ومنهجه	٦٦
* فلسفتنا .. وكيف نحققها في الإعلام العربي ؟!	٧٣
* الإعلام العربي .. بين الحاضر والمستقبل	٨٠
* الضجيج والسحر في الإعلام العربي	٨٨
* الإعلام ... موقف	٩٦
* ... وبعد	١٠٠
ملاحق :	
* ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي	١٠٣
* إحصاءات ثقافية عن العالم العربي	١٠٥
* بليوجرافيا	١٠٧
* بليوجرافيا	١١٥
* مراجع أجنبية	١٣١

الاهـداء

إلى شرفاء الكلمة .. ونزهاء القول .. وأمناء السمع
الذين يؤمنون بالحق وبه لا يمترون .. والذين يصدقون
القول ولا يفترون .. والذين إذا أوتموا على السمع
لا يخونون ..

إليهم جميعاً .. أهدي هذا الكتاب ..
وأردد معهم .. قوله تعالى :

﴿ وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزَغُ
بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُبِينًا ﴾ .

صَدَقَ اللهُ الْعَظِيمُ

المؤلف

مقدمة

يلعب الإعلام دوراً هاماً في حياة الأمم والشعوب ولا تكاد تخلو أمة من أمم الأرض أو شعب من شعوبها من تأثيره سلباً أو إيجاباً وإن اختلفت سبل وطرق هذا التأثير .

والأمة العربية والإسلامية ليست استثناء من هذه القاعدة ، فالانفتاح العالَمي والتقدم الهائل في وسائل الاتصال جعل العالم أجمع يشقى أقطاره القريبة والبعيدة يبدو وكأنه قرية صغيرة يعرف أهلها أخبارها أولاً بأول وتتأقلمها الألسنة وتسمعها الآذان وتبصرها العيون .

ويظل الإعلام المعاصر بتقنياته المتطورة ووسائله المختلفة رمزاً من رموز الحضرة ومعلماً من معالم التقدم بين الأمم ، فبه تستطيع الأمة - أى أمة - أن تضاهى بمبادئها وقيمها ومنجزاتها ، وعن طريقه تفتح الأمة نوافذ المعرفة وسبل الاتصال ووسائل التعارف بينها وبين شعوب الأرض .

ولأن الإعلام بمضامينه ومفاهيمه ونظرياته ووسائله علم وصناعة وفن ، ولأن أمتنا العربية والإسلامية استطاعت أن تواكب الإعلام المعاصر بشتى وسائله وتقنياته اقتناء وتسخييراً إذ قلما توجد دولة من دول العالم العربى والإسلامى إلا وتجد بها أكثر من صحيفة ومجلة وأكثر من محطة إذاعة وتليفزيون ، فإن كل ذلك يفرض على أمتنا أن تحدد أولوية ما يشته إعلامها من خلال منهج سليم وخطة واعية ذات أبعاد كبيرة وأهداف واسعة تعبر عن ضمير الأمة وطموحاتها .

وهذا الكتاب بما يحمل بين طياته هو ترجمة لمشاعر جالت بخاطري وتعبير عن خواطر غمرتني كمواطن عربى مسلم تجاه الإعلام بشتى صوره وأساليبه ووسائله ومحتوياته سجلتها على فترات زمنية مختلفة ... مشاعر وخواطر ارتبطت بفكرى الخاص ومعاناتى الذاتية مع واقع الإعلام العربى خاصة والعالمى على وجه العموم ، عشت جزءاً منها خلال فترة الغربة عن الوطن من أجل العلم عندما كنت ، وما زلت كغيرى من الشباب العربى المسلم أنفطر ألماً وأعتصر حسرة من تأثير الهجمات الإعلامية الشرسة التى توجهها وسائل الإعلام الغربى إلى الإنسان العربى المسلم وإلى عقيدته وتراثه وقد ساعدها على ذلك وشجعها عليه تلك الممارسات الخاطئة والتصرفات العشوائية من بعض أجهزة الإعلام العربى ، والواقع المؤلم الذى تعيشه الأمة العربية سواء ما ينبع من ذاتها أو ما تفرضه عليها الظروف المحلية أو الدولية من مشكلات وصراعات ما فتئ إعلامها يعبر عنها صباح مساء ، فانغمس بعضه فى خلافات مذهبية وتشنجات إقليمية ، وتلطح بوحل التفرقة والنزاع ، فصرفه ذلك كله عن النهوض بمسؤولياته ومتابعة قضايا أمته ورصد الهجمات الشرسة على إنسانه والدفاع عن عقيدته وقيمه ومبادئه فى الوقت الذى ظل إعلام العدو مسخراً لخدمة مبادئه والترويج لسياسته فى شتى بقاع العالم بكل ما فى تلك المبادئ والسياسة من خداع وتسليط واستعلاء وتضليل .

أنا لا أدعى أن كل المشاعر والخواطر التى احتواها هذا الكتاب ، والتى تفضلت « جريدة الشرق الأوسط » الغراء مشكورة بنشر جزء منها ، صحيحة . ولكنى أستطيع أن أجزم أنها تعبير صادق عما يعتلج فى نفوس الكثيرين من المخلصين من أبناء الأمة العربية والإسلامية وأستطيع أن أتطلع ، بطموح وأمل ، إلى أن القارئ لها سوف يجدها تعبر عن تصورات عن واقع الإعلام العربى وتصور تطلعاته نحو مستقبل أفضل له .

فان وجدت خواطرى ذلك فى نفس القارئ الكريم فهو من توفيق الله وسداده ، وإن كانت الأخرى فانى أرجو أن يحسب الله لى أجراً على جهد رجوت منه خدمة عقيدتى وأمتى .

على أنى سأظل أعتقد أن المحنة التى يمر بها الإعلام العربى المعاصر هى بالدرجة الأولى محنة أخلاق وقيم . ولا أعنى بذلك نقصاً فى رصيد القيم عند الأمة ولا نضوباً فى معين الأخلاق عند رجالها ، ولكنها محنة عدم الممارسة الصحيحة لأخلاقيات الإسلام

والتطبيق السليم لثله ومبادئه إذ كيف يستطيع المرء أن يفسر « الصراعات » الإعلامية بصورها المختلفة ، ما كان منها على شكل حملات صحفية ، أو هجمات إذاعية ، أو أخبار ملفقة موبوءة يوجهها بلد عربي إلى بلد عربي آخر ليرد ذلك البلد الصاع صاعين ؟ .

... لو لم تكن المحنة أخلاقية لما وصل الحال في إعلامنا العربي إلى هذا المستوى من المهارات والاهتراء والبلبله وإضاعة الوقت ، ولما أهدرت الطاقات النشطة وانكفأت المبادرات الخيرة وتعثرت جهود الإصلاح الصادقة .

... لو لم تكن المحنة أخلاقية لما سقط بعض رجال الإعلام وحملة القلم والمشرفين عليه في بثر الرغبات والنزعات ورضوا لأنفسهم أن يكونوا جسر تفرقة ولأقلامهم أن تكون وسائل تمزيق وارتضت ضمايرهم السير في ركاب الاستهواء وموكب الاستعلاء .. استهواء الأمة إلى الفتنة وتشيت الصفوف والاستعلاء على رغباتها في المحافظة على عقيدتها والالتزام بقيمها قولاً وعملاً .

لا يستطيع هذا الكتاب أن يسجل ما يملأ الأجواء من صراخ إعلامي متشنج وما يسود الصفحات البيضاء من نفاق وتضليل ، وليس هذا ما يبتغيه ولكنها محاولة صادقة يهدف بها هذا الكتاب إلى فتح نافذة صغيرة من الفكر في مجال الإعلام قد يجد فيه المختصون في مجالات الإعلام والمسؤولون عنه في العالم العربي ما يفيد كى تتكاتف جهود الإصلاح وتوحد مبادرات الخير وتخلص نيات العمل الصادق لوضع الإعلام العربى في إطاره الصحيح لتوجه طاقاته لخدمة القضايا المصرية لأمتنا العربية والإسلامية بعيداً عن الغوغائية والأنانية والارتجال .

والله كفى بزوج فجر الخير وإشراق شمس الحق لإعلامنا العربى ليقول للناس حسناً .

وعلى الله قصد السبيل .

المؤلف

الرياض : ربيع أول ١٤٠٢ هـ
يناير ١٩٨٢ م

تطور الاعتلام في سطور

خلق الله الإنسان السوى ليكون اجتماعيا بطبعه .. ينفر من العزلة ولا يطيقها ويألف الآخرين ويحن إليهم .. يأخذ ويعطى وينفعل ويتفاعل سلبا وإيجابا . ولا يختار الإنسان السوى العزلة عادة بمحض اختياره وإنما تفرض عليه فرضا .

وقد تجيء العزلة لغير الأسوياء من داخل النفس فيتوقع الفرد منهم على نفسه وتتميز نظره بالسوداوية والشاؤم ، ويميل للهروب من الآخرين وتصبح العزلة هنا حالة مرضية تقتضى علاجاً لأنها تخالف الطبيعة المستقيمة للبشر . كما قد يخرج البعض على تقاليد وقوانين المجتمع أو يشذ عنها وعندئذ يلزم عزله عن المجتمع بالسجن أو النفى أو غير ذلك من أساليب الإبعاد بفرض حجبته عن الآخرين ومنع اتصاله بهم ، وهو في هذا يخضع لعملية تقويم وترويض ترده إلى المسار الطبيعي لإنسانيته .

والعزلة في أى الأحوال عقوبة لا يطيقها البشر لأن الله عز وجل خلق الإنسان متزاجاً ومتناسلاً فمكونا لأسرة ومجتمع بشكل أو بآخر ، وخلق الناس شعوباً وقبائل لتتعارف ويتصل بعضها ببعض لعبارة الأرض التى استخلفهم الله فيها .

والاتصال لازم للبشر لزوم الهواء والطعام لإشباع حاجاتهم الاجتماعية ورغباتهم النفسية وتطلعاتهم في المعرفة . وقد أخذ الاتصال أشكالا متعددة منذ بدء الخليقة ، حتى شهد خلال العقود القليلة الماضية من الزمن تطورا هائلا في فنونه ووسائله وأساليبه .

ولقد بدأ الاتصال بين البشر حتى قبل أن يكون للإنسان لغة يستطيع التخاطب بها فكانت الإشارة أو إشعال النار أو النداء بأصوات معينة أودق الطبول من الوسائل التي استخدمها الإنسان الأول للتعبير والتخاطب والمفاهمة ، حتى إذا ما تطورت المفاهيم والأعراف ، أصبحت الكلمات هي الوسيلة الفعالة التي يعبر بها الإنسان عما يريد .

ورغم قدم تلك الوسائل فقد ظل استخدامها قائماً في بعض المجتمعات المختلفة وما زالت بعض جيوش العالم تمارس الصيحات ودق الطبول كوسائل اتصال .

وبعرفة الإنسان للكتابة غدت الرسائل وسيلة هامة للاتصال وقد لجأ فراعنة مصر إلى كتابة مراسيمهم وأخبارهم على ورق البردى يرسلونها إلى عمالهم في مختلف الأنحاء بصورة فعالة ، ويبدو أنهم لم يكونوا مسبقين بأحد من قبل مما جعل بعض المؤرخين يعتقد أنهم كانوا أول من استخدم النشر كوسيلة من وسائل الإعلام حيث نقشوا أخبار الانتصارات والمعارك على جدران المعابد والمسلات القديمة ليقراها الشعب ولتصبح تاريخاً يقرؤه الأبناء من بعدهم ، وفعل الآشوريون والبابليون وأهل الحضارات القديمة الشيء نفسه .

وبرزت الإذاعة كوسيلة هامة من الوسائل الإعلامية منذ القدم ، ولو أنها لم تأخذ الشكل التقني الراقى الذي نعرفه اليوم ، فقد كان هناك أعوان مهمتهم إذاعة الأخبار وكانت وسيلتهم في ذلك التثقل من حى إلى آخر داخل البلد الواحد ، وكان واحدهم يسمى « المنادى » كما كان هناك آخرون ينتقلون من بلد إلى آخر لنفس الغرض ولعل حادثة معركة « المارثون » الشهيرة تؤكد ذلك حيث جرى أحد المشتركين فيها مسافة تزيد عن اثنين وثلاثين كيلومترا ليلبغ قومه انتصارهم في المعركة ثم يخر صريعا من شدة الإعياء بعد ذلك .

ثم أصبح الشعر وسيلة اتصال مباشر بين المجتمعات القديمة وقد أثبت التاريخ أن القصيدة الشعرية لم تلق منزلة رفيعة كما لقيتها في الجزيرة العربية ، فقد كانت وسيلة فعالة للإعلام والدعاية لم تستطع الخطابة أن تدانيتها في المنزلة بين العرب الذين كانوا يختارون أجود القصائد ويلقونها على أسوار الكعبة فعرفت المعلقات ، ويعد ذلك مفخرة لقائلها .

واشتمل الشعر العربي القديم على ملاحم في الفخر والهجاء والمدح والغزل وأخبار المعارك والثناء مما جعله سجلاً حافلاً لا يكتب تاريخ العرب دون الرجوع إليه .

وكانت القبائل العربية تحتفل بمولد الشاعر ، إذا ظهرت موهبته ، وتعتبره أحد أسلحتها المتقدمة تفخر به ، وتباهى بحكمته ، وتقدمه في مجالسها . وكانت القصيدة تقال في طرف من أطراف الجزيرة فيلتقطها الرواة فتصبح على كل لسان دون تحريف يذكر .

وإذا كان الإعلام والاتصال بين الأمم والشعوب قد مر بمراحل عديدة من التطور قبل أن يصبح على ما هو عليه اليوم ، فإن قصة الإعلام في العصور الأولى تؤكد أن الإعلام أو المحتوى الإعلامي بمفهومه المعاصر لم يكن غريباً على الأمم السابقة فقد عرفته ومارسته وإن لم تكن ممارستها له مرتبطة بمنهج ، أو ينظمها علم ، أو تفتن لها نظريات كما نشاهد اليوم . فقد كانت وسائل الإعلام في العصور الماضية وسائل فطرية لإشباع حاجات أساسية لدى الإنسان .

ولقد شهد الإعلام تطوراً هائلاً وحقق طفرة واضحة نشاهد اليوم مظاهرها ونرب آثارها وتتابع نتائجها باهتمام بالغ خاصة في الأساليب التقنية فقد ألغت أجهزة الإعلام المتطورة المسافات تماماً حتى أضحي في مقدور من في شرق الكرة الأرضية أن يتابع خبراً أو حادثة في نفس الوقت مع زميله القاطن في غربها فتلاشى عامل الزمن وتقلصت المسافة وتخطت وسائل الإعلام الحديثة المكان والزمان مما زاد من خطورتها وضاعف من المسؤوليات الملقاة عليها .

ويرجع الفضل في بداية تطور وسائل الإعلام الحديث وأساليبه التقنية إلى علماء ثلاثة هم : « جوتنبرج » الذي كان أول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة و « ماركوني » الذي استطاع أن يبني جهازاً للاستقبال وآخر للإرسال تفصلهما مسافة كيلو مترين و « برزليوس » الذي اكتشف عنصراً جديداً أطلق عليه اسم « سلفيوم » كان القاعدة الأساسية التي انطلقت منها تقنية الاختراع التلفزيوني . فأصبحت المطبعة ذات تأثير مباشر على اتجاهات الرأي العام بما تصدره من كتب ونشرات وصحف ومجلات كما

اخترقت الإذاعة الحدود والمحاجز وانتقل الناس من باريس إلى طوكيو مروراً بواشنطن وموسكو ولندن عبر مفاتيح الراديو. أما التلفزيون فانه وإن كان أقل من الصحافة والإذاعة المسموعة انتشاراً ، من حيث المساحة الآن ، إلا أن استخدامه للصوت والصورة معاً جعله من أخطرهما تأثيراً على العقول .

وبعد .. فتلك كانت جولة سريعة استعرضنا خلالها بإيجاز شديد تاريخ الإعلام وتطور أجهزته وبقي أن نؤكد أن التطور الذي يشهده العالم اليوم في الأجهزة والوسائل لم يؤثر على المضمون ولن يتأثر به المحتوى إذ تبقى الحقيقة في أن الوسائل تخدم المحتوى أو يجب أن تخدمه ، والعكس لا يصح . وعلينا أن نحول انبهارنا بالوسائل الإعلامية الحديثة واستخدامنا لها إلى خدمة قضايا أمتنا العربية والإسلامية ، ونشر عقيدتنا وفكرنا ومبادئنا ، من خلال مضمون إعلامي متكامل ومحتوى علمي مدروس .

.. علينا أن نعي أن الإعلام أثبت على مر العصور أنه سلاح خطير ذو حدين ينبغي الحرص في استخدامه بعد أن تضاعفت مسؤولية المشرفين عليه والقائمين على أمره باختراع الأجهزة الحديثة واتساع نطاق استعمالها ، وبعد أن طال انتظارنا لمخطط إعلامي ملتزم يراعى مبادئ الأمة وأخلاقياتها من خلال المحتوى الجيد ، والمضمون الصالح ، وبأسلوب مشوق ، وطريقة محبذة إلى جانب الترفيه البريء الذي لا يتعارض مع تلك المبادئ ، بل يتأثر بها ولا يؤثر فيها .



الإعلام .. مفهوم ومعنى

لا أعتقد أنه من الميسور تقديم تعريف دقيق وشامل للفظة الإعلام . لأن كثرة تداول الكلمة وانتشارها جعلها تبدو وكأنها لا تحتاج إلى تعريف مع أنها ما زالت غير واضحة تماماً في أذهان كثير ممن ألفوا استعمالها ، كما أن هناك خلطاً واضحاً بين مفهوم الإعلام ومفهوم الدعاية ، بل حتى بين هذين المفهومين ومفهوم التعليم ، في بعض الأحيان ، فكل تلك الكلمات تعنى نقل المعلومات بغرض التأثير في المتلقى وإقناعه رغم اختلاف الوسائل المستخدمة في كل منها وتعددتها .

والإعلام في اللغة التبليغ .. ويقال : « بلغت القوم بلاغا » أى أوصلتهم الشئ المطلوب ، والبلاغ ما بلغك أى وصلك ففى الحديث :
« بلغوا عني ولو آية »

كما يقال :

« استعلم لى خبر فلان فأعلمنيه حتى أعلمه »^(١)

والإعلام بمعناه الواسع والشائع هو نقل الأخبار وقد اتسع نطاقه ليصبح ،

« نشر الحقائق والمعلومات الدقيقة الصادقة

بهدف التقرير والإقناع »^(٢)

(١) ابن منظور - لسان العرب - القاهرة ، المؤسسة العامة للنأليف والأنباء والنشر .

(٢) شاكرا إبراهيم - الاعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - مؤسسة آدم للنشر والتوزيع .

وإلى جانب الدقة التى اشترطها هذا التعريف فى الحقائق والمعلومات المنقولة فقد أشار إلى أن هدف الإعلام من ذلك هو الإقناع والتقرير دون أن يحدد التعريف ماهية التقرير وكيفية الإقناع .

ويقول إبراهيم إمام^(١) :

« الإعلام هو نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة »

وقد تكون الإضافة الهامة فى هذا التعريف أنه أشار إلى الأفكار والآراء بجانب الحقائق والأخبار التى ينشرها الإعلام بوسائله المختلفة .

أما الدكتور/ عمارة نجيب فى كتابه « الإعلام فى ضوء الإسلام » فإنه يعرف الإعلام بأنه :

« كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر ، سواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها » .

ويعيب هذا التعريف عدم تفرقه بين مفهومى الإعلام والدعاية كما نتبين ذلك فيما بعد .

ولعل تعريف العالم الألمانى « أوتجروت » الذى أورده الدكتور/ عبد اللطيف حمزة فى كتابه « الإعلام تاريخه ومذاهبه » يعتبر من أوضح تعاريف الإعلام وأكثرها انضباطاً فهو يقول :

« الإعلام هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت »

(١) إبراهيم إمام - الاعلام والاتصال بالجماهير - القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٩ م .

واستخدام « أوتوجروت » عبارة « التعبير الموضوعى » في تعريفه ، له دلالة العميقة فهو يؤكد - كما يبدو - أهمية أن يكون الإعلام بعيداً عن التعبير الذاتى للمحرر أو المذيع ليصبح قائماً على الحقائق والوقائع والأرقام ومبنياً على الأخبار والمعلومات التى لا يرقى إليها الشك .

و « أوتوجروت » بتعريفه هذا للإعلام يخرج من دائرة الدعاية التى غالباً ما تستند على الهوى والغرض . وهو يعرف الدعاية بأنها :

« محاولة التأثير فى عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها ، وذلك فى مجتمع معين وزمان معين والدعاية بهذا التعريف نوع من الاستهواء وليست نوعاً من الإقناع »^(١) .

ونعتقد أن التعريف صحيح فى مجمله ، إن قصد « أوتوجروت » بعبارة « لأغراض مشكوك فيها » : فى نفوس وعقول الجماهير ، أما إن لم يقصد ذلك فإتينا نتحفظ على تلك العبارة التى وردت فى التعريف ، لأن الدعاية لا تكون دائماً ، أو بالضرورة ، « لأغراض مشكوك فيها » إذ قد تكون لأغراض طيبة كدعوة إلى الخير والصواب أو إلى عقيدة سليمة أو مبدأ صحيح أو حتى بشكلها التجارى الذى قد تأخذه الدعاية كإعلان عن بضاعة معينة وليس فى كل ذلك ما هو مشكوك فيه .

لقد مس هذا التعريف - على كل حال - المفهوم الحقيقى للدعاية وهو « الاستهواء » فإذا كان الإعلام « تعبيراً موضوعياً » ، فإن الدعاية « استهواء » بغرض التأثير بفكرة أو رأى معين ، وبالتالي فإن الإعلام نافذة مفتوحة تعرض مختلف الآراء والاتجاهات للمشاهد أو للقارئ أو السامع وله أن يقتنع أو لا يقتنع .. يقبل أو يرفض .. يتأثر أو لا يتأثر . أما الدعاية فهى عملية تأثر مركزة تهدف إلى اقناع الفرد بكافة الوسائل والطرق . وتكون الدعاية فاشلة فى أداء مهمتها إذا لم تكن مقنعة . أما الإعلام فإنه لا يعتبر فاشلاً إذا لم يستطع أن يقنع باتجاه معين أو فكرة محددة .

ويمكن أن يتحول الإعلام إلى دعاية ولكن العكس غير صحيح . إذ لا يمكن أن يصبح « الاستهواء » « تعبيراً موضوعياً » .

(١) د/ عبد اللطيف حمزة - الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٥ م .

وقد يحاول الإعلام تقديم خدمة دعائية محددة بأن يخصص برامج وخططاً للترويج لهدف مختار أو لسياسة معينة وهو بذلك يخرج عن كونه إعلاماً ليصبح دعاية .. حتى وإن لم يذكر ذلك صراحة بغية المزيد من التأثير .

كما قد يساهم الإعلام في برامج تعليم الكبار أو محو الأمية أو في تقوية تلاميذ أحد الصفوف الدراسية فيخصص برامج أو قنوات تليفزيونية لهذا الغرض وتلك خدمة تعليمية وليست خدمة إعلامية .

نخرج من تحليل التعاريف والمفاهيم السابقة للإعلام إلى تعريف جامع هو أن الإعلام :

« نشر للأخبار والحقائق والأفكار والآراء يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة ، أو غير مباشرة ، في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض ، من خلال أدوات ووسائل محايدة ، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ، ليكون قادراً على تكوين فكره الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائماً » .

ووفق هذا التعريف فإن وظيفة الإعلام في نشر الأخبار أو الحقائق أو الآراء أو نقلها أو التعبير عنها قد تكون في صورة غير مباشرة كأن يتم التعبير عن رأى معين من خلال شريط سينمائي أو قصة أو رسم « كاريكاتور » كما أن الحقائق العلمية يمكن أن توضع وتغلّف في إطار حوار تمثيلي مذاق على أن يشترط في كل ذلك أن يكون في قالب موضوعي وإلا أصبح دعاية وخرج عن مضمون الإعلام وفق تعريفنا السابق .

تبقى الأدوات والوسائل الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون وغيرها فهذه وسائل محايدة بمعنى أن تقتصر مهمتها على النشر أو النقل أو التعبير دون إضافة ودون نقصان . فهي إذن معبر أو جسر لنقل الآراء والأفكار ، إن أحسن استخدامها أعطت النتائج الطيبة المطلوبة وإن أسئ فلا ذنب لها والتبعة تقع على من استخدمها .

التطبيقات الإعلامية المعاصرة

إن على المتتبع للتطور التاريخي لعملية التطوير في مجال الإعلام أن يمتد بصره عبر التاريخ الإنساني كله ليرصد المقدمات الأولى لظهور الأفكار التي تبلورت فيما بعد في شكل نظريات إعلامية جعلت من الإعلام علما له مبادئه وأصوله .

فمنذ أن استقر الإنسان على الأرض لينشئ الأسرة والمجتمع بدأت العلاقات الإنسانية تتطور وتتشابك مع الزمن مما فرض على الإنسان أن يلبي حاجته للمعرفة والاتصال بأن ينظم مجتمعه بوسائله البسيطة كالكتابة على الأحجار والجلود والنقش على الألواح الفخارية وعن طريق الاتصال الشخصي المباشر أو الاتصال الجماعي المحدود وكانت تلك بداية ما يعرف اليوم باسم الإعلام .

ومع تطور المجتمع البشرى من مجتمع بدائي إلى مجتمع زراعى وصناعى وانتقاله بالتالى من مجتمع بسيط إلى مجتمع معقد فأكثر تعقيدا تطور الإعلام من حيث الوسائل ، والتطبيق والتطوير .

وقد ظلت الوسائل على بساطتها وقصر مداها وانحصار تأثيرها ، حتى ظهور الطباعة ، وقيام الثورة الصناعية في أوروبا ، فشهدت وسائل الإعلام انقلابا واسعا شملها بالتطور والتعدد ووسع من مدى تأثيرها وخطورتها وتمخضت عن ذلك دراسات وأبحاث تناولها المختصون في مختلف العلوم لقياس هذا التأثير وتطويعه بل وتطويقه في بعض الأحيان .

وإذا كان ارتباط وسائل الإعلام بالتطور الصناعى والتكنولوجى الذى صاحب الثورة الصناعية وتنتج عنها فإن ارتباط التطبيقات والنظريات الإعلامية بالأيديولوجيات الوضعية ونظم الحكم السائدة كان ظاهرة واضحة ومتكررة فى مختلف المجتمعات وعبر التاريخ الإنسانى الطويل . وقد ظل ذلك الارتباط قاعدة ثابتة من أجل تحقيق مبادئ وأهداف تلك الأيديولوجيات والنظم وخدمتها ، كما أن الدول المعنية بالإعلام لم تبخل بالعطاء السخى عليه بالمال تنفقه على وسائله وتشغى له وزارات وأجهزة متخصصة تجلب لها أفضل الكفاءات وتعطى خير الإمكانيات .

وإذا كانت النظريات الإعلامية لم تعرف فى رأى بعض الباحثين « إلا فى أواخر عصر النهضة بعد اختراع الطباعة مباشرة »^(١) وإذا كان بعض آخر يرى أن « علم الإعلام لم يصبح علما له قواعده وأصوله ولم يقيم على نظريات أو يمارس فى حيزها إلا فى أوائل القرن العشرين »^(٢) فإنه من المؤكد أن الفلسفة التى استندت عليها تلك النظريات بل والتطبيق العملى لها بدأ مع خطوات الإنسان الأولى نحو تنظيم مجتمعه ومنذ إحساسه بضرورة أن يكون هناك نظام يتولى إدارة شؤون مجتمعه ويلبى حاجاته .

لقد تبلورت النظريات الإعلامية من خلال فكرتين أساسيتين نبعنا من الأيديولوجيات الحاكمة والنظم السائدة منذ عرف الإنسان كيف يحكم نفسه وينظم شؤون حياته :

الأولى : فكرة السيطرة والتسلط .

والثانية : فكرة الحرية .

ورغم النضوج المستمر للعقل البشرى وتطوره المتصل فقد احتلت فكرة السيطرة والتسلط أكبر مساحة على خريطة التاريخ البشرى . ومن العجيب أن نزعة التسلط والتحكم قد تملك كثيرين من قادة الأمم فى مختلف العصور وقد أخذت تلك النزعة أشكالا متعددة تساندها ، وارتكزت على ادعاءات مختلفة تبررها ، مع ميل من البعض نحو العدل وميل من البعض الآخر نحو الاستبداد .

(١) د/ جهان رضى - نظم الاتصال - الجزء الأول - الاعلام فى الدول النامية - دار الفكر العربى .

(٢) د/ حمادة نجيب - الاعلام فى ضوء الإسلام - مكتبة الرياض .

وفي مقابل فكرة السلطة ظهرت فكرة الحرية على فترات متباعدة من التاريخ الا أن انتشارها واكب الثورة الصناعية في أوروبا حيث كسرت تلك الثورة جمود المجتمعات الأوروبية وفتحت مجالات أرحب للعلوم وظهرت مبادئ حرية التجارة وحرية الانتقال وتبنت تلك المجتمعات أفكار « جون ستيوارت مل » و « جون ملتون » و « جون لوك » في الحرية وأن تعبر الشعوب الأوروبية عن رأيها في كل ما يمس شؤون حياتها .

وإذا كنا نستعرض نشوء فكرة الحرية وارتقاءها للتعرف على تأثيرها على بزوغ النظرية الإعلامية الملتصقة بها والمؤيدة لها فإن هذا الاستعراض لا يمنعنا من القول : أن مفهوم الحرية المطلقة كان له أسوأ الأثر على فكر عدد كبير من الإعلاميين المعاصرين إذ سرعان ما ثبت أن الحرية المطلقة كثيرا ما يساء استخدامها إما لأغراض شخصية بحتة أو نتيجة احتكار ملكية وسائل الإعلام في يد قلة تستطيع إن أرادت أن تحجب الحقيقة عن الآخرين ، الأمر الذي مهد لظهور نظرية جديدة أطلق عليها « نظرية المسؤولية الاجتماعية » التي حاولت تقييد الحرية المطلقة وإعطاءها لونا من المسؤولية لتحذ من غلواتها وتوجيهها لصالح المجتمع .

وإذا كانت نظرية « المسؤولية الاجتماعية » في الإعلام قد اثبتت من نظرية الحرية فإن الاتحاد السوفيتي والدول السائرة في فلكه اعتنقت نظرية السلطة ولكن من خلال الأيدولوجية الاشتراكية وأفكار « كارل ماركس » القائلة بسيطرة الطبقة العاملة « البروليتاريا » على مجريات الأمور وقد تمخض عن ذلك مدرسة في الإعلام تدعو إلى نظرية جديدة هي النظرية الشيوعية في الإعلام كاشتقاق واضح من نظرية السلطة .

إذن فقد أصبح للإعلام أربع نظريات هي :

- نظرية السلطة .
- نظرية الحرية .
- نظرية المسؤولية الاجتماعية .
- النظرية الشيوعية .

ثم أضاف الدكتور/ مختار التهامي إليها نظرية خامسة هي نظرية المسؤولية العالمية

حيث يتسع نطاق هذه النظرية ليشمل المجتمع الدولي ككل^(١) .
ولعله من المناسب الآن بعد أن استعرضنا مختلف النظريات الإعلامية بإيجاز أن نتعرض لكل منها بشئ من التفصيل :

أولاً : نظرية السلطة أو التسلط :

ارتبطت نظرية السلطة في الإعلام بالأيدولوجيات المستبدة التي اعتمدت على عدد من المبادئ والمفاهيم المتطرفة المرتكزة على منطق العنف وفرض النفوذ ، فكثير من فراعنة مصر مثلاً استندوا على فكرة الألوهية التي تنادى بأن الحاكم هو إله أو ابن إله !!! ومن ثم فله التمجيد والاحترام والطاعة العمياء من جميع الرعايا وعامة الناس ، وقد سخرت كل وسائل الإعلام والاتصال بين الحاكم والمحكوم في عهود الفراعنة إلى تأكيد فكرة التسلط والاستبداد بالرأى وزادت حدة ما تبشر له تلك الوسائل كلما أحاط فرعون الحاكم نفسه بالكهنة والمحاشية الذين يحجبونه عن الرعية ، ويطلقون لأنفسهم العنان في أمور الدولة وخاصة إذا آنسوا منه ضعفاً أو تخاذلاً ، وقد ينقلبون عليه إذا حاول المساس بكيانهم الديني وتسلطهم الاجتماعي كما فعلوا مع « اخناتون » حينما نادى بفكرة تتشابه مع فكرة التوحيد .

أما في العصور الوسيطة في أوروبا فقد ظهرت ديكتاتورية البابوات ورجال الكنيسة من خلال سيطرتهم على الأمراء والحكام وبيع الوهم والخداع والسراب للعامة والخاصة واستغلال سذاجة الجماهير تحت ستار الدين والوقوف بحزم وقسوة ضد كل من عارضهم أو دعى إلى تجريب الأفكار العلمية أو حتى نشر بديهاياتها .

وقد آمن بفكرة السيطرة على الحكم والانفراد به أباطرة الروم والفرس على السواء ومن ثم توجيه الرأى العام إلى قبول ذلك والانصياع له ويشير الدكتور عبد اللطيف حمزة في كتابه « الإعلام له تاريخه ومذاهبه » إلى رأى له يقول فيه : « إن نظرية السلطة كانت سائدة في العصور الإسلامية كلها على وجه التقريب وذلك باستثناء العصر

(١) شاكر إبراهيم - الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - مؤسسة آدم للنشر والتوزيع .

النبي وعصر الخلفاء الراشدين من بعده»^(١) حيث استعان الرسول صلى الله عليه وسلم وكذلك الخلفاء الراشدون من بعده بأهل الحل والعقد وهم جماعة من كبار الصحابة والتابعين للمشورة وتبادل الرأي «كلما أشكل عليهم الأمر . أما تاريخ الدولة الأموية والعباسية فكان الأئمة وعلماء الدين يقومون للخليفة بهذه المهمة الخطيرة وهي المشورة ، ولكن الأمر على أية حال من تلك الحالات كان مرده إلى الخليفة وحده»^(٢) .

كأننا بالدكتور/ عبد اللطيف حمزة يثير قضية الشورى أملمزة هي للحاكم المسلم أم معلمة ؟ ! وهي قضية لا يسعها هذا الكتاب عرضا ونقاشا فالآراء حول إلزام الحاكم المسلم بالشورى متشعبة بل ومتباينة غير أن ما يهمننا تأكيده هنا هو أن الإسلام عقيدة ومنهجاً فيه متسع لاجتهادات الرأي وصولاً للحق وبحثاً عن الحقيقة بتجرد وموضوعية ، ولا شك أن الحكم بما أنزل الله يبقى هدفاً منفرداً للحاكم المسلم يسعى إلى تحقيقه بكل الوسائل والسبل . ومشورة أهل الرأي والاختصاص في أى أمر من أمور الأمة يعتبر أساساً للحكم الإسلامى وركيزة له مهما اختلف الحكام المسلمون خلال عصور الإسلام قرباً منه أو ابتعاداً عنه ، ولعل قول الإمام الغزالي رحمه الله :

« الدين أسّ والسلطان حارس ، وما لا أسّ له فمهدوم ، وما لا حارس له فضائع »

يبقى منطقاً عملياً وإطاراً صحيحاً لقضية الشورى والمفهوم الإسلامى لنظرية السلطة وتطبيقها ولوظيفة الدولة وغايتها .

إذن ففكرة السيطرة والتسلط وإن كانت قد ارتبطت عند البعض بالعدل والإصلاح فقد عايش المجتمع الإنسانى حقبة طويلة في العصور القديمة والوسطى بل إنها مازالت تلاقى بعض القبول في العصر الحديث من دول الكتلة الشرقية وعدد من الدول النامية .

ولم تكن دعوة « كارل ماركس » رغم الإطار الاقتصادى لها إلا محاولة لابتدال فئة مكان

(١) د/ عبد اللطيف حمزة - الاعلام له تاريخه ومذاهبه - القاهرة - مكتبة الأنجلو ١٩٦٥ م .

(٢) نفس المصدر السابق .

فئة أخرى حيث سيطرت الطبقة العاملة « طبقة البروليتاريا » على الحكم . ويعنى ذلك عمليا سيطرة الحزب الواحد أو سيطرة قادة الحزب بمعنى أدق وبالتالي الرأى الواحد .

ومن الطبيعى فى حال ارتباط نظرية السلطة بأيدولوجية مستبدة أن يكون الإعلام بأجهزته فى يد الحاكم وحاشيته يبت من خلاله أفكاره ودعايته ليحمل لهم الأخبار التى يريد نشرها ويحجب عنهم ما عدا ذلك بهدف الحفاظ على سلطانه واستمراره ولا مانع من أن تكون ملكية وسائل الإعلام ملكية خاصة ولكن بشرط أن تلتزم بذلك .

« ووفقا لهذه النظرية فإن الصحافة تخدم مصالح السلطات (كما تحددها السلطات) أو تتوقف عن الصدور »^(١) .

وقد ارتبط تطبيق تلك النظرية فى العصر الحديث بقوانين الرقابة على المواد والوسائل الإعلامية والمحاكمات الخاصة برجال الإعلام والمصاريف السرية التى تدفع لملكى الصحف ودور النشر لتأييد شعارات وأفكار الحكام .

وربما كانت ألمانيا النازية خير من طبق تلك النظرية ، فالإعلام النازى استطاع أن يفلسف فكرة الديكتاتورية والنازية ونجح فى نشر دعاياته إلى الحد الذى صبغ بها جيلا بكامله فى المانيا بالأفكار النازية التوسعية وجعل من هتلر أسطورة مازالت تعانى منها ألمانيا حتى الآن .

ورغم ما لتلك النظرية من مساوئ وعيوب إلا أن الملاحظ أن كثيراً من الدول النامية أو ما يسمى بدول العالم الثالث تأخذ بتلك النظرية لأن « ندرة الموارد الطبيعية والحاجة إلى وحدة العمل يظهر الحاجة الملحة إلى جعل جميع وسائل الإعلام تخدم الأهداف التى تحددها السلطة السياسية »^(٢) فى بلدان العالم النامى . كما أن من الممكن إرجاع أسباب انتشار نظرية السلطة فى بعض البلدان النامية إلى أن بعض تلك الدول « تحكم بواسطة

(١) د / جيهان رشتى - نظم الاتصال ص ٨٥ .

(٢) W. Schramm, Communication Development and the Development Process
in Lucian Pye (ed): Communication and National Development

حكام جاءت بهم انقلابات عسكرية ومع الاضطرابات السياسية (التي تصاحب عادة تلك الانقلابات) فإن هؤلاء الحكام يميلون إلى فرض سيطرتهم على الإعلام وبالتالي فرض أفكارهم وأرائهم وحجب أية آراء معارضة لهم « ولا مانع لدى هؤلاء المتسلطين من أن يتهموا عامة الناس بالغفلة وعدم القدرة على معرفة الطرق التي تحقق مصالحهم »^(١).

وكما أن لكل فكر من يدافع عنه فإن المدافعين عن نظرية السلطة يرون أن المعرفة أو الحقيقة ليست من حق العامة ؛ بل من حق الخاصة أو الصفوة التي بلغت من العلم والخبرة والدراية ما يؤهلها لقيادة العامة وتوجيهها وبالتالي فإن الحاكم من خلال تلك الصفوة ينفذ ما يريد .

ثانياً ، نظرية الحرية ،

كان من أهم نتائج التطور الصناعي في أوروبا كسر جمود المجتمعات الأوربية وإزالة انغلاقها إذا وسعت الثورة الصناعية آفاق حرية المرور والتجارة والعمل وشجعت على بروز أفكار ومفاهيم جديدة في الحرية والديمقراطية وبدأت أفكار « جون ملتون » وعدد آخر من الفلاسفة تأخذ طريقها إلى النور فأعتقد كثيرون أن « الإنسان لا يمكنه الوصول إلى الحقيقة والصواب في مسألة من المسائل حتى يستمع إلى آراء المخالفين له فيها »^(٢) .

وتبعاً لتلك الأفكار في الحرية التي واكبت انفتاح المجتمعات الأوربية وأكدت مفاهيمها الجديدة أصبحت وسائل الإعلام هي الرقيب على أعمال الحكومة وأصبح من الممكن اتهام الحكومة بأدلة كافية لسحب الثقة منها وإقالتها .

وقد وجدت نظرية الحرية في الإعلام طريقاً جذاباً وإغراء باهراً داعب خيال العامة والخاصة على السواء في أوروبا وأمريكا خلال القرن التاسع عشر حيث كان من الممكن برأس مال محدود أن يصدر أى فرد أو جماعة جريدة أو مجلة تنادي بأرائها وأفكارها وكان نجاحها يعتمد على مقدرتها على إرضاء القارئ في وقت كان التطور الاقتصادي فيه محدوداً والتطور في التفتيات مازال في أول الطريق ، أما وقد بلغ التطور الاقتصادي والتقني مداها

(١) د/ عارة نجيب - الإعلام في ضوء الإسلام - مكتبة الرياض .

(٢) د/ عارة نجيب - الاعلام في ضوء الاسلام - مكتبة الرياض .

خلال القرن الحالى من عمر الحضارة المعاصرة فقد سيطرت على الإعلام مؤسسات عملاقة توظف رؤوس اموال ضخمة وتستوعب تقنيات العصر ، وأصبح بالتالى من الصعب على أى فرد أن يجد دائماً أذناً صاغية لرأيه ، فيما غدت المؤسسات الإعلامية قادرة على التعبير بقوة عن آراء أقلية هم مالكوها ، ومن هنا انتفى الادعاء برقابة المجتمع على الحكومة عن طريق وسائل الإعلام كما أن انطلاق الحرية بلا ضوابط أو كوابح انحرف بتلك الوسائل عن غاياتها الصالحة وأصبحت تؤدي أكثر مما تنفع وفتحت المجال لتضليل الرأى العام وقد حدد صاحب « كتاب نظريات أربع للصحافة »^(١) مساوىء هذه النظرية من وجهة نظره في الآتى :

- ١ - أنها تستغل قوتها الهائلة في خدمة أهدافها الخاصة فيروج أصحابها لآرائهم وخاصة في الشؤون السياسية والاقتصادية على حساب الآراء المعارضة .
- ٢ - أنها تضع نفسها في خدمة الأهداف الرأسالية الكبيرة وطالما سمحت للمعلنين بالتدخل في توجيه سياسة التحرير ومادته .
- ٣ - أنها تقاوم التغيير الاجتماعى .
- ٤ - أنها كثيراً ما تضىء اهتماماً مبالغاً فيه على الأمور التافهة والمشيئة أثناء تغطيتها للأحداث الجارية وغالباً ما تتسم أبوابها الترفيهية بالسطحية .
- ٥ - أنها تعرض الأخلاق العامة للخطر .
- ٦ - أنها تقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر عادل .
- ٧ - ان هناك طبقة اجتماعية اقتصادية واحدة تتحكم في الصحافة هى طبقة أصحاب الأعمال الاحتكاريين ، وقد أصبح من الأمور البالغة المشقة دخول أناس جدد إلى الصناعة الصحفية مما يعرض سوق الفكر الحر لخطر محقق .

ثالثاً : نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تحاول نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أن تعالج بعض العيوب التي ظهرت بتطبيق نظرية الحرية حيث أضافت المسؤولية الاجتماعية إلى الحرية وأصبحت كل حرية

Siebert, T., Four Theories of the Press, by
Siebert and Company, University of Illinois, Urbana, 1959.

(١)

يقابلها مسؤولية وأصبحت واجبات وسائل الإعلام كما حددتها نظرية الحرية المسؤولة كالتالى (١) :

- ١ - الحفاظ على النظام السياسى القائم وذلك على طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأى عام مستنير بناء على مناقشة للأمور العامة التي تهم المجتمع .
- ٢ - صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة كل منها مع رقابة أعمال الحكومة والقطاعين العام والخاص .
- ٣ - خدمة النشاط التجارى عن طريق الإعلانات التي تهم البائع والمشتري على السواء وعن طريق التوجيه الى أفضل وسائل التنمية والتشجيع عليها .
- ٤ - تقديم برامج وألوان التسلية والترويح بطريقة مسؤولة .

وإذا كان الداعون لهذه النظرية يعتقدون بأنهم بهذه المبادئ قد عالجوا عيوب نظرية الحرية ، فإن هذا الاعتقاد يصبح صحيحا إذا اقترنت تلك النظرية التي ولدت وترعرعت في مجتمعات متطورة كإنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية بالتطبيق العلمى لها .. في الولايات المتحدة مثلا ثبت أن الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الحرية مازالت قائمة خاصة فيما يتعلق بصيانة الأخلاق العامة وحماية النشء والمحافظة على الذوق العام إذ أن النظرية أخلاقية في المقام الأول ، إلا أن وسائل الإعلام كما هو ملاحظ في الولايات المتحدة لم تلتزم في تطبيقها بالمنطلقات الأخلاقية فيها بالإضافة لسيطرة الاحتكارات الرأسمالية عليها واقتحام الحياة الخاصة للأفراد إلى آخر تلك المساوىء ولعل كل ذلك يشير إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام قد عاجلت عيوب نظرية الحرية من الناحية الشكلية أو النظرية دون أن ينسحب هذا على التطبيق العلمى كما نشاهده في الواقع .

أبعا ، النظرية الشيوعية للإعلام ،

يرتكز الفكر الشيوعى على أن الإنتاج المادى هو المحور الأساسى لجوانب الحياة الاجتماعية كافة . ومن هذا المنطلق فقد تم تفسير التاريخ من زوايا اقتصادية ومادية بحتة . ولقد دعا «كارل ماركس» إلى الخروج على الرأسمالية باحتكاراتها وظلمها للطبقات

(١) د/ عماره نجيب - الاعلام في ضوء الاسلام - مكتبة الرياض .

العامة وضرورة سيطرة تلك الطبقات على الحكم . وقد انتقلت تلك الأفكار إلى الواقع العملي باستيلاء لينين ورفاقه على السلطة وقيام الثورة السوفيتية عام ١٩١٧ م .

ويقوم نظام الحكم الشيوعي على أساس الحزب الواحد والرأى الواحد إذ من غير المسموح به المعارضة إلا في الجزئيات الصغيرة الجانبية . أما الخطوط العامة والاستراتيجيات المفصلة فيقررها قادة الحزب ويرتبط الإعلام وأجهزته كافة بالحزب والسيطرة الكاملة عليه وتوجيهه توجيهها تاما من خلال خطة إعلامية شاملة . وقد أخضع المجتمع الشيوعي قطاع الإعلام كما أخضع بقية القطاعات الاقتصادية والاجتماعية للتخطيط الشامل بهدف التحكم في حركتها والسير بها لتحقيق الأهداف التي يقرها الحزب .

وواقع الأمر أن الفرد في المجتمع الشيوعي قد ذابت شخصيته وضاعت ملامحها تماما في إطار شخصية المجتمع ككل فقد سلب حق الملكية الخاصة وحرّم من التعبير عن رأيه الخاص وحق المعارضة . ومهما قيل عن النظرية الشيوعية من فلاسفتها والداعين لها فإنها لا تخرج في مضمونها العام عن نظرية السلطة والتسلط وإن كانت هناك بعض الاختلافات التي أوردتها د/ جيهان رشتى في كتابها « نظم الاتصال » نقلا عن « ولبرشام » في كتابه « نظريات الإعلام الأربع » وهي :

١- وفقا لنظرية السلطة وسائل الإعلام يملكها الأفراد « باستثناء محطات الإذاعة في بعض البلاد » ويتم السيطرة على وسائل الإعلام بواسطة التصاريح والرخص والضغوط الحكومية والرقابة .

أما وفقا للنظرية الشيوعية فتتم السيطرة على الإعلام عن طريق ملكيتها وبوضع أعضاء الحزب في المناصب الرئيسية ، كذلك يسيطر الحزب عليها عن طريق التوجيهات والفحص الدوري لمضمونها بالنقد وأحيانا بالرقابة .

٢ - وسائل الإعلام في الدول الشيوعية لا تسعى وراء الربح من النشر وتقدير النجاح والفشل يقاس بقدرة الوسيلة الإعلامية على تحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها فالربح المادى ليس دليلا على النجاح .

٣ - وفقا لنظرية السلطة الحكومية تحاول الدولة أن تحد من انتشار وسائل الإعلام وتعددها في حين أن النظام الشيوعي يسعى لنشر وسائل الإعلام على نطاق واسع .

كذلك النظم الاستبدادية القديمة تفرض مهاماً سلبية على وسائل الإعلام في حين أن النظام الشيوعي يفرض مهمة إيجابية على تلك الوسائل وهي انتشار الفكر الشيوعي في شتى نواحي الحياة .

٤ - النظام الشيوعي جزء في إطار متغير . ووسائل الاتصال تعمل على زيادة التغيير أما وسائل الاتصال في ظل نظرية السلطة فتستخدم أساساً للمحافظة على الأوضاع الراهنة واستمرارها .

٥ - وسائل الاتصال الشيوعية مرتبطة بالمجهود الحكومي الكلى بطريقة من النادر أن تجدها في النظم الأخرى . وتخضع وسائل الإعلام الشيوعية لتخطيط دقيق وتعمل على خدمة أهداف الدولة ، في حين أن الصحافة في ظل نظرية السلطة تسير بلا تخطيط ومحظور عليها فقط تناول موضوعات معينة .

خامساً ، نظرية المسؤولية العالمية ،

تشابه هذه النظرية مع نظرية المسؤولية الاجتماعية بأنها تضيف المسؤولية على الحرية ولكن تخرج تلك المسؤولية من الإطار الإقليمي والقطري إلى مستوى عالمي أوسع حيث يكون المستهدف هو الإنسان من حيث كونه إنساناً بغض النظر عن الحواجز الإقليمية والصراعات المذهبية أو العقائد لتطالب وسائل الإعلام بحريته وحقوقه وترعى مصالحه في أى منطقة أو بلد .

من هنا تخرج وسائل الإعلام في أهدافها من تحقيق تلك الأهداف على المستوى الإقليمي إلى المستوى العالمي . ومن الطبيعي أن تكون تلك الوسائل في ظل حرية سياسة وارتباطها لا يكون إلا بالمثل والأخلاقيات العامة . وعيب هذه النظرية أنها مثالية وغير واقعية لأنها تفترض عالماً صافياً فطرياً لا تكبله الايدولوجيات الوضعيه ولا تنقده الأنظمة المستبدة .

وأخيراً : وبعد أن عرضنا لمختلف النظريات والآراء وتطبيقاتها نجد أنها جميعاً تعالج من زاوية مدى قرب أو بعد الحاكم من التسلط المستبد أو الحرية المطلقة وما بينها من اعتدال هنا أو هناك . وتلك مشكلة قد لا يكون لها وجود في المجتمع الإسلامى السليم .

فالمجتمع الإسلامى تحكمه شريعة ساهوة صالحة للتطبيق فى كل زمان ومكان ملتزم بها الحاكم والمحكوم على السواء أعطت للإنسان جميع حقوقه وكفلتها له وبننت واجباته وحددتها له بشمولية كاملة ووضوح تام من خلال تشريع ساهوى غير وضعى منزه عن الأخطاء والأهواء البشرية . وتلك القواعد والأسس هى التى تحكم المجتمع كله بجميع نشاطاته الاقتصادية والاجتماعية ومن ثم الإعلامية . ولسنا فى حاجة لربط وسائل الإعلام فى المجتمع المسلم الذى يطبق شريعة الله ويحكم كتابه المبين بمسؤولية اجتماعية أو عالمية فهى مرتبطة أساسا بمسؤولية عقيدة ربانية تحكم الجميع وتتحكم فى شؤونهم بما يحقق الصالح لهم يقوم الحاكم فيها بدور المنفذ المؤتمن وتقف الأمة بجواره تشد أزره وتقدم له النصيح وتعينه على الحق .

وفى مجتمع كهذا يحكم بالحق ويهتدى إلى الرشاد يجب أن يكون لإعلامه رسالة يؤديها تنبثق من عقيدة المجتمع وتسجم مع أهداف أفرادها فى الحياة كما حددتها تلك العقيدة . وإذا كان الغرب يخشى وهو يضع ضوابط الحرية من أن يضعها فى ظل الدين نتيجة الخلفية المظلمة والكثيية التى عاشها المجتمع الغربى مع هذه التجربة فإن الأمة العربية والإسلامية تملك من المنطلقات الفكرية والمعطيات الإيجابية ما يمكنها من أن تضع من الضوابط لإعلامها كى ينطلق من منظور إسلامى يحافظ به على شخصيته بتفتح واع ويحتفظ فيه بذاته بإدراك ومعاصرة .



الإعلام الحديث بين النظرية والتطبيق

العالم الآن أصبح صغيراً جداً بفضل التطور التقني الهائل الذي يشهده في وسائل الاتصال المختلفة والتي أصبحت قادرة على إلغاء المسافات ومسابقة عقارب الساعة .. تلك خاطرة كانت في ذهني وأنا أتابع محاولة اغتيال رئيس الولايات المتحدة الأخيرة عبر جهاز التليفزيون بعد حدوثها بزمن يسير .

... لقد أصبح بإمكان الإنسان أن يلم بأبعاد العالم وتكون له دراية واسعة بما يجري في مختلف أنحاء المعمورة ولم يعد في حاجة إلى رحلة طويلة وشاقة أو تأشيريات دخول ليرى ويسمع ويتأثر بما يتأثر به مواطنو العالم في مناطقهم فيكفي أن يدير مفتاح الراديو أو يلتقط صحيفة ليسمع نبأ أو يقرأ خبراً تقلته أجهزة وكالات الأنباء ومنذوبوها الذين يغطون الأرض ، ويكتبون ويصورون من مواقع الأحداث لتثقل إليه الحوادث المختلفة مباشرة وبعد دقائق معدودة بالكلمة والصورة .

ومع تقليص المسافات الزمنية والمكانية والانفتاح الكامل للإنسان على محدثات عصره ، اتسع الإطار الذهني للكثير من أفراد المجتمع عموماً بسبب انخفاض معدل الأمية وتوسع دائرة الوعي بينهم وانفتاح وسائل الإعلام القادمة من وراء الحدود عليهم .

لقد أصبح من غير الممكن إغلاق النوافذ الفكرية أمامهم أو حصرهم في إطار فكري معين واحد بحيث لايسمح لهم معه برؤية غيره أو سماع سواه مما يجعل ضهان ولائهم للأفكار والمبادئ - أيا كانت - مرهونا بمنطقتيها وسلامة حجتها واستقامة أهدافها وما تتمتع به من

قوة المفهوم وجودة العرض لتستطيع مجابهة أى تيارات مخالفة أو أفكار معارضة يستطيع الفرد أن يتلقاها بواسطة أجهزة الاتصال المختلفة بداية بالترانزستور وانتهاء بالأقمار الصناعية .

لقد أصبحت الدراسات الإعلامية العلمية الموثقة أحد المصادر الأساسية للمعلومات اللازمة لصنع القرارات العامة التي تمس أى مجتمع وقلما يصدر قرار له تأثيره على العامة من الناس دون أن يكون مستندا على دراسة علمية موثقة يلعب الإعلام فيها بشتى وسائله دوراً هاماً في التعرف على الرأى العام ومدى تقبله للقرار .

وليسمح القارئ بصحبته في جولة سريعة مع تلك الدراسات لنتعرف عليها بعد أن أصبحت لا تهم المتخصصين من رجال الإعلام فقط ولكنها تمس كل فرد من أفراد الأمة لأنها تشتمل على محور العلاقات الإنسانية ووسائل الاتصال وأساليب التأثير في الجماهير .

لقد بدأت انطلاقة الدراسات الإعلامية المعاصرة عبر الدراسات الصحفية إذ كانت الصحف أسبق وسائل الإعلام الأخرى واحتفظت لنفسها بهذه المكانة لفترات طويلة قبل أن تلتقط أجهزة الإعلام الأخرى كالإذاعة والتلفزيون زمام السبق لتزاحم الصحافة في مكانها من حيث التأثير المباشر والقوى على الرأى العام ، ولم تخرج الدراسات الصحفية في البداية عن الدراسات الوصفية والوضعية أو بمعنى آخر تسجيل تاريخ الصحافة واجتهادات محرريها التي لم تتبع في بادئ الأمر مبادئ أو نظريات عملية وإنما خضعت لتصورات فلسفية وافتراسات ذهنية قابلة بطبيعة الحال للخطأ والصواب .

وظلت الدراسات الإعلامية المعاصرة دائمة التحديث ومتطورة بتطور الأجهزة والوسائل الإعلامية خصوصاً بعد أن اتسعت الخلفية العلمية لعلوم الإعلام والاتصال بإدخال الدراسات المتعلقة بالعلاقات الإنسانية عليها بوجه عام . وقد كانت البداية الحقيقية لارتباط الإعلام بالعلاقات الإنسانية نابعة من أفكار الفلاسفة ومفكرى الاغريق القدامى فجذور العلاقات الإنسانية والتصاقها بالإعلام عميقة في التاريخ . ولا نبالغ إذا قلنا : إنها بدأت مع بداية خطوات الإنسان الأولى على وجه الأرض .

واهتمام كثير من المفكرين والمتخصصين في العلوم الأخرى كالاقتصاد والآداب والتاريخ بالدراسات الإعلامية أمر واقعى يمكن تفسيره باتساع نطاق تلك الدراسات لتشمل العلوم

الاجتماعية والإنسانية المختلفة ولكن الدراسات الإعلامية أمر واقعي لم تأخذ الشكل المتخصص إلا منذ بداية الحرب العالمية الأولى حيث ظهرت أهمية التأثير على الرأي العام بواسطة الدعاية المباشرة وغير المباشرة مما أعطى دفعة قوية للباحثين في هذا المجال . وبدأت مناهج البحث التجريبي في الظهور لتشتمل على وسائل إعلامية أخرى بجانب الصحافة حيث بدأت تهتم بالإذاعة وتتعرف على جمهورها وبدأ الاهتمام « بالسينما » ومعرفه تأثيرها على العامة من الناس كما برز لأول مرة ما يسمى باستقصاء الرأي العام .

وعلى أية حال فقد كانت الحرب العالمية الأولى فرصة طيبة لدراسات إعلامية موجهة تهدف أساسا إلى قياس الروح المعنوية للجنود ومشاكلهم وإيجاد نظم للمعلومات وتداولها وتحليلها والخروج منها بمؤشرات حيث كانت الحرب العالمية الأولى الحاضنة التي أنجبت الدراسات والنظريات الأساسية في الإعلام التي مازالت تعرض في قاعات الدرس بالجامعات بعد أن تنبعت الأذهان إلى أهميتها وقيمتها .

وليس غريبا أن تكون النظم الديكتاتورية من أوائل النظم التي استفادت سياسيا من الدراسات الإعلامية فقد استغلت تلك النظم مع بداية الثلاثينات والأربعينات من هذا القرن تلك الدراسات ، وطوعتها للسيطرة على الجماهير والتأثير فيهم وإضفاء طابع الجاذبية على ماتروج له تلك النظم وتدعو إليه وكلنا يذكر في علمنا العربي من كان معجبا بالنظام النازي بفضل تأثير الإذاعات الموجهة ويعتقد أنه البديل الأمثل للاحتلال الفرنسي أو الإنجليزي وذلك في حدود مفهومه .

ورغم كل هذا الجهد المتراكم من الخبرة والرصيد الكبير من الممارسة لم تستطع الدراسات الإعلامية لفترة ما بعد الحرب العالمية الأولى بناء نظرية إعلامية متكاملة فقد ضاع الجهد في قياسات للرأي العام واستنفد الرصيد في تجميع المعلومات وتحليلها لأغراض محدودة دون الخروج بتظير علمي يكون أساسا لعلوم الإعلام والاتصال .

وقد تكون الفائدة المثلى لمرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى تلك أنها جذبت اهتمام كثير من العلماء والمتخصصين في مجالات علم النفس والاجتماع والهندسة والرياضيات إلى جوانب جديدة ترتبط بالإعلام وتعلق بمنطلقاته فقد ظهرت اكتشافات جديدة ومخترعات متطورة في هندسة الاتصالات وأصبح علم الإحصاء وتحليل المعلومات قاعدة أساسية لاتخاذ

القرارات ، وزاد عمق دراسات علم النفس واتسعت دائرة استخداماته بشكل أفضل واهتم علماء الاجتماع أكثر بدراسة الاتصال الجماهيري الذى يمكن من خلاله السيطرة على سلوكيات أفراد المجتمع ومازال الطريق طويلا أمام الباحثين والمهتمين بمجالات الإعلام وعلومه وفنونه .

وقد يكون كل هذا مبررا لجذب اهتمام المفكرين إلى ضرورة تجميع الجزئيات والمعلومات لتأخذ إطارا أشمل ومنهجاً أترى لما يعرف اليوم بعلوم الاتصال والإعلام التي تميزت عن غيرها بأنها استفادت من خبرات وأبحاث كثير من العلماء في مختلف المجالات مما غذى تلك العلوم ووسع مجالها .

من هذا المنطلق نشطت الأبحاث في بداية النصف الثاني من هذا القرن حول مجموعة من المسائل التي تتركز حول الاتصال والتحكم والميكانيكا الإحصائية سواء في الآلة أو في النسيج الحى أو المجتمع ولكنها كانت تفتقر إلى الوحدة والتناسق كما لم يكن هناك اصطلاحات مشتركة تجمع بينها بصورة فعالة ، حتى ظهر « علم » السيرينتك «
Cybernetics وهى كلمة مأخوذة عن الكلمة الأغريقية " XV Bepnvrvns " وتعنى ضابط الدفة في السفن وكلمة ضابط مشتقة من الترجمة اللاتينية المحرفة لكلمة « سيرنوس »^(١) .

وقد عرف مؤسس علم « السيرينتك » نوربيرت فينر هذا العلم بأنه « علم التحكم والاتصال في الآلات والأنسجة الحية والمجتمعات . »^(٢) ولم يوجد هذا العلم قبل صيف ١٩٤٧م وإن كانت الفترة التي سبقت ظهوره تعد تمهيدا حقيقيا لنشأته ، ولكنه تطور بتطوير علوم الاتصال والتحكم والتوسع المضطرد في نظريات الإحصاء وما صاحب العلوم الاجتماعية والعلمية المعاصرة من تداخلات فيما بينها وتميزت بطابعها الشامل وبطبيعتها التطبيقية .

وترجع أهمية هذا العلم إلى أنه يفسر العديد من الظواهر البيولوجية كما يفسر الظواهر الاجتماعية فهو يوضح كيف تعمل الأجهزة الداخلية في جسم الإنسان كما يفسر السلوك

(١) نور بير ت فينر ، السيرينتك . ترجمة د/ رمسيس شحاته ود/ اسحق ابراهيم حنا - الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة -

١٩٧٢م .

(٢) Lerner, A. Ya., Fundamentals of Cybernetics. London, Scientific Information Consultants, 1972.

الاجتماعى للإنسان ويتعدى ذلك ليوضح كيفية اتخاذ القرارات ومن ثم توجيهها لتحقيق هدف معين .

وبمعنى آخر فإن « هذا العلم يفسر عمل النظم المختلفة بغض النظر عن كون هذه النظم فيزيائية أو فسيولوجية أو سيكولوجية »^(٣) وبالتالي فقد تم عن طريق السيبرنيتك الربط بين العديد من العلوم المختلفة بعضها ببعض داخل إطار نظرية التحكم والتي أمكن عن طريقها تصميم العديد من آلات التحكم الأوتوماتيكي وآلات التوجيه وفتح الطريق لمزيد من التطبيقات العلمية حيث تمتاز العلوم الطبيعية بالعلوم الإنسانية وقد أعطى السيبرنيتك مفهوماً جديداً للمكونات التي تحيط بنا فبعد أن كان العالم يتكون من مادة وطاقة ، فإن هذا العلم أثبت أنه يتكون من مادة وطاقة ومعلومات^(١) إذ بالمعلومات تصبح النظم والأساليب المنتظمة التي وهب الله الإنسان قدرة التحكم بها على من حوله دائمة التطور والحركة .

وللمعلومات أهمية كبيرة في نظم السيبرنيتك حيث تعتمد تلك النظم على نقل المعلومات وتفهمها وتنظيمها بالإضافة إلى تفاعل تلك النظم بعضها مع البعض الآخر ورد الفعل الذي يحدث نتيجة تلقى تلك المعلومات وقد أمكن وضع كل تلك العلاقات بصورة رياضية وأصبح هذا العلم يعتمد على أربع نظريات أساسية :

- ١ - نظرية المعلومات والإشارات وتتضمن نظريات نقل المعلومات زمانياً أو مكانياً ووضع شفرة خاصة بها حسب نوعيتها .
- ٢ - نظرية تفهم المعلومات والإشارات .
- ٣ - نظرية تنظيم المعلومات .
- ٤ - نظرية التفاعل مع النظم الأخرى أو الرد على الإشارات أو نظرية ردود الأفعال التي تعتمد على المعلومات المتاحة في وقت ما والمعلومات الأخرى والخبرات السابقة « الذاكرة »^(٢) .

(١) د/ محمد مصطفى الفولى - السيبرنيتك في الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا ص ٢٨ - الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧١م .

(٢) Lerner, A. Ya. Fundamentals of Cybernetics. London, 1972

(٣) / محمد مصطفى الفولى - السيبرنيتك في الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا ٢٨ الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧١م

ومن خلال تلك النظريات والحقائق التي بنى عليها هذا العلم فقد تم الربط بين النظم الآلية والفسيولوجية كما فسرت النظم الحاكمة العلاقات الإنسانية .

فمجموعات الخلايا المكونة للجسم الحي مكلفة بأداء عمل معين في إطار الكائن الكلى وحتى يتسنى لها ذلك فهناك شبكة اتصالات وتبادل المعلومات بينها وعلى نفس المستوى فإن المجموعات المختلفة المكونة للمجتمع ومع اختلاف أفراد تلك المجموعات تحاول إيجاد وسيلة لتبادل المعلومات فيما بينها بغرض التوفيق بين رغبات تلك الجماعات ولقد كانت المعلومات تنقل بواسطة الإشارات ثم تطورت إلى أصوات فلغة يمكن للجميع فهمها وإدراك المضمون المرغوب توصيله .

وكلما كبر المجتمع أصبح الاتصال الشخصي قاصراً عن توصيل المعلومات ، ومن هنا فقد نشأت وسائل الاتصال الجمعية وتبادل الفرد مع المجتمع الفعل ورد الفعل في اتجاهات هابطة وصاعدة يمكن صياغتها في علاقات رياضية .

وقد استفادت علوم الإعلام والاتصال بتطور علم « السيرنيتك » وأخذت دائرة استخدامه تتسع بصورة شاملة وخاصة في الدراسات الإعلامية واستقصاءات الرأى العام وما يتعلق بها من تطور تقنى في وسائل الاتصال والتحكم المختلفة ، كما أن هذا العلم فتح آفاقاً واسعة أمام قياس التأثير على الآخرين وإن كان من الصعب أن يخضع الإنسان واتصالاته وعلاقاته بالآخرين وقياس رد الفعل لديه وكيفية اتخاذه القرارات للتحكم الدقيق ومن ثم وضعها في إطار علاقات رياضية كما يحدث في العلوم الأخرى إلا أن هذا العلم أفاد في بلورة كثير من جوانب العلاقات الإنسانية والإعلام بشكل خاص حيث يضم في إطار نتائج كثيرة من العلوم الأخرى .

وإن كانت علوم الاتصال والإعلام قد خطت في المرحلة الأخيرة خطوات واسعة إلا أنها مازالت تعد من العلوم الحديثة والفرصة كبيرة أمام مفكرى ودارسى الإعلام العرب ليدلو بدلوهم ويقدموا إنتاجهم وإضافاتهم في هذا المجال الخصب والحيوى .

ويمكن للجهد العلمى العربى في مجال الإعلام أن يؤدى بوسائل وطرق شتى لعل منها ترجمة ما كتب عن علوم الإعلام والاتصال إلى اللغة العربية ليكون في متناول الباحثين العرب بلغتهم وتنظيم واسع لعلم الإحصاء والمعلومات وتحليلها واتساع قاعدة الاستفادة

منها ثم تشجيع القيام بالأبحاث في مجال الإعلام وفنونه وصناعته .

والأمل معقود على أن تأتي المساهمات العلمية من المتخصصين العرب في مجال الإعلام وعلم الاتصال نابعة من قيم الخير ومبادئ الرشاد التي تحف بالمجتمع العربي المسلم وبسلوك أفرادهم وأخلاقياتهم كما حددتها عقيدة الأمة والصالح من تراثها العريق ، وإذا جاءت المساهمات العربية من هذه المنطلقات فإنها تكون بذلك قد أسدت معروفا للإنسانية وصنعت جيلا للبشرية لأنها تكون بذلك قد رسخت مفاهيم مشرقة للإعلام وصناعته ما أحوج العالم المعاصر إليها !



منطلقان للإسلام من منظور إسلامي

لم تكن الدعوة إلى العلمانية في حياة الشعوب الغربية في فترة من تاريخ تلك الشعوب دعوة غربية في الوسط الكنسي الذي عاشته أوروبا طوال القرون الوسطى ومارسه رجال الدين المسيحي خلال الفترة المظلمة من حياتها ، فقد عانت شعوبها من تسلط رجال الكنيسة وجبروتهم على جميع نواحي الحياة العامة والخاصة تحت ستار الدين حتى لقد وصل الأمر بهم إلى منح صكوك للغفران ووهب أراض في جنات عدن للسذج والمخدوعين وحرق العلماء المخالفين لهم في الرأي أحياء ، وكذلك الكتب التي تخالف فكرهم وتبين تسلطهم حتى تلك التي تهدي طلبة المدارس إلى أبسط الحقائق العلمية في ذلك العصر .

وفي إطار دعوى العلمانية ومع قيام الثورة الصناعية في أوروبا وتراكم الثروات وفي غياب التأثير الروحي المناسب والمنطقي نشأت الحضارة الغربية وقد اكتسبت صبغة مادية بحتة ، وأصبح لتلك الحضارة حين نشأتها الأولى سمتان على الأقل !

الأولى : عدم الاكتراث بالجانب الروحي وتعزيز الدعوة إلى العلمانية بفصل الدين عن الدولة كرد فعل لتسلط رجال الكنيسة .

الثاني : الإغراق في المادية إلى الحد الذي أصبحت عربة الحضارة الغربية معه هي التي تقود سائقها وليس العكس وتحولت الحياة إلى غابة من الآلات والمعدات الثقيلة والخفيفة تاه فيها الإنسان وتحول إلى ترس في تلك العجلة الضخمة لا يملك من أمره شيئاً وضاعت إرادته في السيطرة عليها .

وفي إطار الدعوة للعلمانية والإغراق في المادية والابتعاد عن الروحية تأثرت مفاهيم

العلوم الاجتماعية والإنسانيات ، فعلم النفس أصبح تحكمه نظريات « فرويد » وتحليلاته الجنسية ، كما سيطرت فلسفات مختلفة ومفاهيم متعددة على العلوم الاقتصادية وظهرت إيدولوجيات عديدة تشرع للمجتمعات وتؤثر على سير الحياة فيها وانقسمت تلك المجتمعات تبعاً لما تدين به من نظم اقتصادية إلى مجتمعات رأسمالية وأخرى اشتراكية .

في هذا الخضم المتلاطم كان طبيعياً أن يساير الإعلام بمفاهيمه ونظرياته ما اتسمت به العلوم الاجتماعية والإنسانيات والمفاهيم الاقتصادية للمجتمع المتعاش مع وكان أمراً طبيعياً أن ينعكس صراع الطبقات والميل للعنف والتحليلات الجنسية النفسية على إنتاج وسائل الإعلام الغربية .

وقد صاحب الإعلام في المجتمعات الغربية ذلك الانبشاق المادى للحياة في تلك المجتمعات فكسبت مسيرة الإعلام خصائصها واكتسبت ميزات فجاءت نظرة الإعلام الغربى وفلسفته ومنطلقاته نابعة منها وأضحت له مفاهيم تعنى بكل ما يثرى الجانب المادى للحياة بعيداً عن الروحانيات إلا في دقائق محسوبة تنقل خلالها بعض محطات التلفزيون صلاة القداس في أيام الآحاد وبعض المناسبات الدينية الهامة .

والحقيقة التي لا مراء فيها هي أن الإعلام الغربى قد أحسن الإفادة تماما من الثورة التقنية فقد صاحب التطور الضخم في الحضارة الغربية تطور مماثل وربما بمعدلات أسرع في مجال تقنية الوسائل الاعلامية وإن لم يتغير المضمون فقد تغيرت الدوافع والأسكال .

ذلك في إيجاز ووضوح واقع الإعلام في المجتمعات المعاصرة فماذا عن منطلقات الإعلام من منظور إسلامى ؟ !! .

نحتاج للإجابة على هذا التساؤل إلى مراجعة سريعة لتاريخ الأمة نستعرض فيها الملامح الأساسية لمحطات الصعود والهبوط في مسيرتها الحضارية .

بعد ازدهار دام سنوات طويلة بدأ اضطراب مسيرة الحضارة الإسلامية وتقلصها باضمحلال وتقلص الفكر فأهملت العلوم التجريبية وأغلق باب الاجتهاد وعاد المسلمون القهقري وتقوقع العالم الإسلامى فى ركن منزوم من مسيرة التاريخ الإنسانى المعاصر تعرض خلالها للقهر الفكرى والاضطهاد النفسى القادم مع الاستعمار والاحتلال الأجنبى لبقاع كثيرة ومنشرة من العالم الإسلامى الفسيح ، ومع الانزواء تخلف الإنسان المسلم في

مواكبة عصره حتى إذا ما عاد لينهض من جديد مع بدايات القرن العشرين لم يجد أمامه إلا حضارة غربية بأسقة ذات صفات مادية وسهات علمانية تتربص به وتستعد لغزوه فكريا وعقائديا في أشكال متعددة بدءاً من المساعدة وحتى الاحتلال العسكري السافر الذى عانته جميعا اللهم إلا بعض البلدان العربية التي لم تتعرض إلى الاستعمار ولكن سحقتها الأمية الأبجدية فأثرت في قوة انطلاقها .

وفي ظل انبهار العالم الإسلامى الطبيعى والمنطقى بالحضارة الغربية ووسائل التقنية المتقدمة التي مكنت لنظريات ومفاهيم الإعلام الغربى من الانتشار ولعدم وجود بدائل تضاهيها قوة وعمقا ، تربت كثرة من رجال الإعلام المسلمين على مفاهيم ونظريات الإعلام الغربى فقامت صناعة الإعلام العربى الإسلامى على نفس الأسس والمبادئ والقيم التي قامت عليها تلك الصناعة في بلاد الغرب وبرز جيل من قيادات العمل الإعلامى في العالم العربى والإسلامى مشبعا حتى الثمالة بالأفكار والثقافة الغربية ونشأت أفكار التغريب مغلفة بدعوات التحديث والتحضر فكانت المحنة في الإعلام وما تحمله وسائل الاتصال بشتى تقنياتها في العالم الإسلامى .

وإذا تبينا أن هذا الجيل نشأ في ظل احتلال عسكري وغزوفكري منظم لمعظم أقطار العالم الإسلامى أصبح من الممكن تفسير الخلفية الفكرية المسيطرة عليه والمتحكمة في قراراته وأصبحت النتائج أو الشار التي نقطفها من الإعلام هى نتائج واقعية تتمشى مع تلك الخلفية .

فإذا كنا نشكو اليوم من تيه وسائل الإعلام أو عدم تحرر الدقة أو الصدق أو الأمانة فيما يذاع وينشر ، وإذا كانت الصحف والأفلام تشتري بأبخس الأثمان لعرض وجهة نظر المشتري أيا كانت محقة أو باطلة فهذا كله ناشئ في اعتقادنا عن غياب التصور الأخلاقي لعقيدة الأمة في النفوس .

وإذا كنا نشكو اليوم من قصص الأفلام الهابطة والمسلسلات التافهة وما تحمله من مضامين في الجنس والجريمة واعوجاج الفكر فذاك نتاج طبيعى لما زرع في نفوس الكثير من القائمين على الصناعة الإعلامية على يد خبراء الإعلام الغربى وأساطينه .

والحديث فيما وصل اليه حال الإعلام الإسلامى حديث طويل ملى بالشجون كما هو

مفعم بالشؤون ، وليس لنا أن نأسف إذا أسىء استخدام وسائل الإعلام وانحرف مضمونها
فالأسباب واضحة والعلاج ممكن .

والقاعدة القرآنية « إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم » قاعدة أساسية
وأصيلة في العلاج وعلى الطبيب أن يعالج أسباب المرض لا مظهره .
ولعل سؤالا يبرز هنا :

من أين ينطلق الإعلام الصحيح ؟؟ .

وإذا كانت النتائج رهنا بالمقدمات وإذا كانت الإجابة الكاملة المفصلة والعلمية على هذا
السؤال تحتاج إلى بحث علمي عميق نأمل أن ينال اهتمام علماء الإعلام والمتخصصين فيه ،
فإننا نكتفى هنا بوضع الاعتبارات التالية كبداية ومنطلق لفهم صحيح لأبعاد الصناعة
الإعلامية . ولا تنكر أن هذه الاعتبارات تحتاج إلى من يفصل لها ويسهب فيها .

أولا : ينطلق الإعلام من القيم والمفاهيم التي تسيطر على المجتمع الذي يعمل فيه وعليه
أن يخضع في برامجه وخططه لعقيدة ذلك المجتمع وذاك مطلب أساسي وعادل لا
يختلف عليه اثنان .

كما أن على التربية بمناهجها وخططها وبرامجها أن تصوغ القيم والمفاهيم
الإعلامية وتضعها في إطارها الصحيح متفاعلة في ذلك مع العقيدة الموحية
للمجتمع الذي تعمل فيه . فتربية النفس تربية إسلامية تغرس فيهم القيم
الإسلامية الصحيحة وتسمى فيهم نوازع الخير وتؤكد الضمير الإسلامي لديهم ،
وكل هذا كفيل بأن يخرج لنا رجل إعلام يتقى الله في عمله ويراعى ضميره فيما
يعرضه يخاف على امته من مناهات فتنة الحديث الأخاذ وبهرج الكلام المنمق
دون حصيلة وبدون نتائج .

ثانيا : تنظير المبادئ والأسس الإعلامية الحديثة من منطلقات إيمانية صافية وتطويعها
للتطبيق العلمي بإرادة قوية وطموح غير محدود .

ثالث : الاستيعاب الحق لتقنيات الوسائل الإعلامية الحديثة علماً وممارسة ولا يقف
الاستيعاب الجيد عند هذا الحد بل يتعداه إلى فنون الإعلام وعلومه المختلفة من
إخراج وقثيل وديكور .. الخ .

رابعاً : صبغ المضمون والمحتوى الإعلامي بالصبغة الإسلامية والتقليل من أساليب الوعظ المباشر والبعد عن الندوات التقليدية والخروج به إلى رحاب أوسع باستخدام الفنون الإعلامية الحديثة لاجتذاب المشاهد أو المستمع أو القارئ .
خامساً : التركيز على نشر اللغة العربية وآدابها لاييجاد حس لغوي وأدبي رفيع عند المشاهد والمستمع والقارئ .

سادساً : الاهتمام الجاد بالجانب الترفيهي الهادف من خلال برامج ومشاهد وصفحات يعنى بإعدادها متخصصون . وذلك لاييجاد البديل الجيد والملائم .
سابعاً : العناية بالبرامج والمشاهد الموجهة للطفل والأسرة والمهنيين وأصحاب الحرف والمهارات .

وتبقى تلك الاعتبارات محل بحث وتمحيص من المختصين في الإعلام والمختصين فيه إن قبلوها ووجدوا فيها عناصر جديرة باهتمامهم ونكتفى نحن بعرضها عليهم دون فرضها على فكرهم .

ولعل البداية الصحيحة للبحث عن منطلقات إسلامية للإعلام المعاصر للأمة أن نتعرف بحقيقة أن الإعلام علم وفن هو كباقي العلوم والفنون المعاصرة يعتمد في أساسياته ومفاهيمه ونظرياته على العلوم الاجتماعية الأخرى فيتداخل بعلوم النفس والاجتماع والاقتصاد والعلوم السياسية وغيرها .

وببقى أن نقرر أن المناداة بما يسمى « إعلاماً إسلامياً » تحتاج إلى إيضاح للمقصود الحقيقي لهذه العبارة حتى نزيل ما قد يكون قد علق بالأذهان من اعتقاد في وجود « إعلام إسلامي » بحرفية اللفظ .

فكما سبق القول أن الإعلام ليس علماً مستقلاً بذاته ولكنه محصلة علوم أخرى أشرنا إلى بعضها ومن ثم فإن القول بوجوب وجود إعلام إسلامي يرتبط مباشرة بوجوب وجود علوم اجتماعية معاصرة تتطرق من مفاهيم وتصورات إسلامية .

وعلىنا في مجال الإعلام وفي غمرة المطالبة بوجود إعلام إسلامي أن نميز بين لوازم العصر وأهوائه إذ أن العصر الحاضر له لوازم ومستلزمات لعل على رأسها إتقان السبل ومعرفة الوسائل والتمكن من العلوم والفنون المعاصرة ثم الانطلاق بها إلى الإسلام وتصفيتهما من

الشوائب والمتاهات الفكرية ليحل محلها التصور السليم كما أرادته شريعة الله .
أما أهواء العصر فما أكثرها وما أكثر تشعباتها ومنزلقاتها ! وعلينا أن نحذر الوقوع فيها .
المهم إذن ألا نخلط بين الأهواء والمستلزمات في حياتنا المعاصرة .
وعلم الإعلام المعاصر لا يخلو من أهواء العصر ولكنه ملء بمستلزماته وعلينا واجب
معرفتها وإتقانها ثم انتقاء الصالح منها وتقويته وإحلال الصحيح محل الخطأ من منظور
وتصور إسلاميين .

الإعلام في العالم العربي .. نظرة واقعية

مع بداية القرن التاسع عشر وبالتحديد في اليوم الثالث من الشهر الثاني عشر عام ١٨٢٨ م عرف العالم العربي ربما لأول مرة إحدى وسائل الإعلام الحديث ، فقد صدرت في هذا اليوم جريدة « الوقائع المصرية » في مصر وكان الغرض منها نشر الوقائع والبيانات والبلاغات الرسمية .

ومنذ ذلك التاريخ ولمدة قرن كامل تقريبا ظلت الصحف إلى حد كبير وسيلة الإعلام الوحيدة المعروفة في الدول العربية بعد أن تعدد إصدار صحف فيها ثم بدأ البث الإذاعي عام ١٩٣٤ م على يد شركة إنجليزية وبمحطة تجارية صغيرة في القاهرة ثم بدأت المحطة الرسمية وبعدها انطلق البث الإذاعي من مختلف العواصم العربية .

أما التلفزيون فيعتبر أحدث وسيلة دخلت إلى الوطن العربي حيث بدأ في الستينات من هذا القرن بإرساله العادى ثم الملون .

ورغم أن الدول العربية لم تتخلف كثيراً في مجال اقتناء وسائل الإعلام الحديثة إلا أن التقييم الموضوعى لها يضعنا أمام واقع مؤلم وتأثيرات سلبية انعكست على حياتنا الاجتماعية والسياسية فيما عدا بعض الومضات المضيئة هنا وهناك .

ونحن هنا لا نؤرخ لوسائل الإعلام العربية ، ولكننا نحاول أن نضع أيدينا على بعض أوجه القصور في الإعلام العربى التى نفذ منها أعداء الإسلام ليضربوه في عقر داره

وبأخطر سلاح هو سلاح الإعلام أو لنقل بسلاح الكلمة ، وللكلمة وقع خاص ومدلول عميق .

وليس من قبيل الصدفة أن تكون بداية انتشار الصحافة في العالم العربى بعقول أجنبية الفكر عربية اللسان وأن يمتلك أغلب الصحف العربية في مراحل نشوئها أفراد لا يدينون لعقيدة التوحيد فجاء ولاؤهم لغير الله وبدأوا يروجون لنزعات طائفية ودعوات جاهلية ولكي يكتمل العقد استطاعوا أن يستميلوا إليهم بعض الأفراد الذين يحملون أسماء عربية إسلامية ليؤسسوا بهم دوراً صحفية كانت القدوة لأغلب الصحف العربية الأخرى رغم مساوئها^(١) .

لقد تنبه أولئك إلى فعالية الإعلام ووسائله الحديثة في غزو العقول ففتتوا المرأة العربية المسلمة بدعوة السفور والتبرج تحت مبررات التقدم ونادوا بتحديد النسل تحت شعارات اقتصادية وتنموية وعملوا على جذب اهتمام وانتباه عامة الناس بتوافه الأمور فامتلاّت الصحف بالأخبار الشخصية والخاصة بالفنانين والفنانات ولاعبى كرة القدم حتى صار النشء لا يرى أفضل ولا أجدر من أن يصبح يوماً ما فناناً أو لاعب كرة قدم للهالة والمجد للذين يضيفها الإعلام على كل منها وأصبح إبراز وجه المرأة ومفاتها قاعدة ثابتة في وسائل الإعلام لإثارة المراهقين وإغراء المرأة بمسابقات الجمال والكشف عن عورتها .

وبالإمكان القول : إن وسائل الإعلام الموجهة إلى العالم العربى تبنت بصورة جادة وبحرص شديد حملة لتشكيك الشباب بنوعيه في عقيدته ومنهج حياته والقيم الصالحة في مجتمعه وقد اتخذت تلك الحملة عدة محاور :

(١) هذا القول رغم عموميته لا ينفي وجود صحافة إيجابية برزت مع بداية نشوء الصحافة في العالم العربى ، و « الرسالة » و « المنار » مثلاً ناصعان .

المحور الأول : التشكيك في القيم والمبادئ الإسلامية :

ولم يعلن ذلك مباشرة بل تسلل في غفلة من فطنة المسلمين ومن خلال ضعفهم إلى بعض العقول والنفوس تحت شعارات مختلفة مثل دعاوى الحرية والتقدم والتمدن ، وأظهروا الإسلام وكأنه لا يؤيد كل ذلك ولا يحث عليه وبلغ الأمر حدًا من التضليل أصبح معه المسلم الملتزم ينعت بالتخلف والرجعية وضيق الأفق ولاقت تلك الشعارات من يدعمها ويؤيدها من بعض من أوكل إليهم أمر المسلمين فحققت لها ما تصبو إليه من السيطرة على الرأي العام وتوجيهه وشغله بما يلهيه .

من يصدق أن أخبار رياضة كرة القدم ، وهي رياضة عالمية لا تقلل من أهميتها إن ظل أمر الترويج لها وتشجيعها في حدود المنطق والمعقول ، أصبحت تحتل الصفحات الأولى وتصدرها ملاحق خاصة وتفرد لها برامج إذاعية وأخرى تليفزيونية ؟! .. من يصدق أن خبر دعوة فنانة من الفنانات لللاعب أحد الأندية الذي تشجعه في سهرة خاصة في بيتها احتل مساحات واسعة على صفحات المجلات والصحف ؟!

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل ساعدت بعض وسائل الإعلام على نشر دعوات وجودية وأخرى إلحادية وإن كانت تسمى بغير مسمياتها .. وحتى يكتمل المخطط عززت كثير من وسائل الإعلام غايتها للمرأة العربية المسلمة عن طريق بعض ذوى التفكير المريض من بنات جنسها اللاتي روجت أقلامهن لبضاعتهن الفاسدة وقيمنهن الهابطة وحصرت المرأة في إطار بيوت الأزياء العالمية وتغيير الموضة من عالم إلى آخر وتقلصت ثياب المرأة فأصبحت تظهر من جسمها أكثر مما تخفيه ، الأمر الذي حدا بكثير من العائلات الإسلامية أن تمنع دخول كثير من المجلات التي تدعى أنها تعنى بالأسرة وشؤونها إلى بيوتها وخاصة إذا كانت تضم شبابا في سن المراهقة .

وإذا كان من الممكن منع الصحف أو المجلات من دخول تلك البيوت فما الذى يمنع الأغاني الخليعة التي تدعو إلى كل شئ يبعد عن الفضيلة بل إن بعضها يخدش حياء الرجل فما بالك بالمرأة ؟!!

ثم ما الذى يمنع البث التليفزيونى - وهو وسيلة الترفيه الأساسية فى أغلب البيوت حالياً من الوصول إلى الأسرة بشبابها وأطفالها فيمكنهم من مشاهدة قصص الحياة الزوجية وحوادث العنف والسرقة والقتل وتحقيقات الشرطة وحيل المجرمين .

لقد زخرت تلك الوسائل جميع القيم الهابطة والمبادئ الرديئة فى عيون أبنائنا فما عادت تجدى النصائح أو القيم التربوية التى يملئها البيت وتغرسها المدرسة للتناقض الذى يحسه النشء بين ما يشاهد ويسمع ويقرأ فى وسائل الإعلام وبين ما تقدمه المدرسة ويقوم به المنزل ، فلقد ذهبت هيبة الأب وأصبح من الممكن أن يكون فى عقول الصغار خائناً أو قاتلاً أو مزوراً أما المدرسة فهى حائرة بين ما تلقنه للنشء من مبادئ وقيم وما يتلقاه أولئك عن طريق وسائل الإعلام .

أما الدين فيتمثل فى وسائل الإعلام والمرئية منها على وجه الخصوص بذلك الرجل الهزلى الذى يرتدى ملابس معينة وينطق اللغة العربية بطريقة تثير الضحك وهو إما شحاذ أو منافق أو متكالب على الدنيا فى أغلب الأحيان كما صورت وسائل الإعلام ذاتها الرجل المؤمن الملتزم بصورة شخصية ضعيفة ومهزوزة تردد بعض الآيات القرآنية والحكم والمواعظ بطريقة تدعو للسخرية ولا تدل على مظهر من مظاهر القوة والحكمة وبعد النظر والاعتزان .

ولم تنس وسائل الإعلام المفرضة أن تطعن المسلمين فى تراثهم وتاريخهم الذى يفخرون به فهى إما أن تدعو إلى نبذ وإهماله بحجة أنه مظهر من مظاهر الانحطاط والتخلف واستبداله بالحضارة الغربية المعاصرة الحديثة أو هى تعمل على إخراجه وإظهاره بصورة مشككة ومهزوزة وملبئة بالخلط والتشويه والمغالطات والتزوير . ومثال ذلك كتابات « جورجى زيدان » فى التاريخ الإسلامى والمسلسلات والمسرحيات التى يقوم فيها ممثلون بدور الشخصيات الإسلامية العظيمة لتظهر ممسوخة ومهزوزة ومشوهة إما لأن الممثلين لا يؤمنون بالعقيدة التى يمثلون أدار شخصياتها أو أن الهدف من التمثيل الربح التجارى ولا تهم النتيجة . وباليتمهم ما فعلوا فلقد كانت صورة تلك الشخصيات فى نفوسنا ونفوس أبنائنا أكبر من تلك الشخصيات الهزيلة التى أظهروهم بها ، ناهيك عن خيال المؤلف الذى يضيف أو يحذف من الحقائق التاريخية وغيرها ما يعجبه أو يروق له . ولكى يحسن

بضاعته فإنه يمزجها ببعض التوابل العاطفية وقصص الحب وأدى كل ذلك إلى ظهور عدد من المسلسلات عن التاريخ الإسلامي تحكى القصة الواحدة بأكثر من طريقة وأسلوب حتى غدت وكأنها « حدوته » تقال كيفما تراءى للمؤلف ، والنتيجة بليلة المشاهد والصغار على وجه الخصوص .

نحن لا نتكر على منتجى تلك المسلسلات بالطبع أهدافهم التجارية والسعى للربح من وراء تلك الأنشطة ، ولكن ما نكره عليهم هو عدم إتقان الصنعة من حيث النص والإخراج والتصوير والحوار .. إلخ وغيرها من الوسائل التقنية التى لو أتقنت لظهر العمل بصورة جيدة ومشوقة وبعيدة عن « السفسائية » والتكلف حتى تستطيع تلك المسلسلات غرس القيم الإسلامية النبيلة فى نفوس المشاهدين مع افتراض حسن النية فى القائمين على العمل ومنتجيه .

وقد بلغ من سطحية بعض وسائل الإعلام التى تصدر فى بلاد عربية إسلامية أن خصصت بعض الصحف فيها زوايا وأركاناً للإسلام والثقافة الدينية تتكلم وتتسع حسب الظروف والمناسبات بينما أفردت تلك الصحف جل صفحاتها للفن والرياضة والأخبار السياسية بصورة مركزة ومشوقة مما يكرس ولو مظهرياً ازدواجية الخط الفكرى العام ، وينتج عنه ضعف الحصيللة الثقافية الإسلامية عند النشء بجانب انتشار بعض الأحاديث النبوية الموضوعة والحقائق المزيفة ، وبرز إلى جوار ذلك زوايا خصصتها بعض الصحف والمجلات المأجورة لتسفيه آراء الجماعات الإسلامية والاستهزاء بأفكارهم وإظهارهم أمام القارئ فى أسوأ صورة وأقبح منظر من حيث التصرفات والأخلاق .

وفى خضم هذا الطوفان المتلاطم ظهرت بعض الزوارق الصغيرة والضعيفة تحاول الإبحار مع تيار الحق والصواب .. تلك هى المجلات والصحف الإسلامية لكن ما يعيبها أنها اتسمت بقلّة فى الإمكانيات المادية نتج عنها ضعف فى الإخراج وسوء فى الطباعة رغم ما تحتوى عليه من مواد دسمة مما جعلها غير قادرة على الوقوف فى موقف المنافسة مع زخرف الصحف والمجلات الأخرى وجاذبيتها وبهرجها .

ونتيجة لكل ذلك نشأ جيل بل أجيال تعرف عن الإسلام أفكاراً ومعتقدات خاطئة ..

ترى في التدين تزمنا وفي الالتزام تطرفا وساعد على ذلك وكرسه كما يبدو عدم مواكبة الفكر الإسلامي لسرعة العصر وتطور أحداثه فأصبح الفكر في واد وممارسة المجتمع في واد آخر ولم يتمش الفكر مع الحقيقة في كل ذلك وسط أقلام تستأجر هنا وهناك .

والحديث عن المظاهر والآثار الاجتماعية أو الاقتصادية التي نشأت عن كل ذلك حديث طويل ومتشعب . وأقل ما يقال عن تلك المظاهر الضعف الذي دب في أوصال الأمة والوهن الذي استحوذ على النفوس مما جعل حضور الأمة في مواقع الأحداث الدولية قضية مشكوكاً فيها وقدرتها على فرض إرادتها أمراً غير ممكن إلا في أضيق الحدود .

والمرء لا يملك إلا أن يتساءل :

هل وصل الحال بالأمة العربية والإسلامية إلى ما وصفه الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم ، حين قال :

« يوشك أن تتداعى عليكم الأمم كما تتداعى الأكلة على قصعتها
قالوا أمن قلة نحن يومئذ يا رسول الله ؟ قال بل أنتم يومئذ كثير
ولكنكم غثاء كغثاء السيل » .

وهل بدأت غربة الإسلام كما تتبأ بها عليه الصلاة والسلام في قوله :

« بدأ الإسلام غريباً وسيعود غريباً كما بدأ فطوبى للغرباء » .

أم نسمح لأنفسنا - كما يرى بعض المفسرين لهذا الحديث - أن نفهم الغربة هنا بأنها
تعنى سرعة انتشار الإسلام وقوته !؟

المحور الثانى : هدم اللغة العربية ومعاناة التعريب :

الإسلام واللغة العربية صنوان لا يفترقان ، فمن أراد تفهم الإسلام عليه بتعلم اللغة العربية ومعرفتها حتى يتمكن من فهم القرآن الكريم واستيعاب المعاني التى وردت فيه ومعرفة الأحاديث النبوية . وهذان المصدران هما أساس العقيدة ومركز الثقل فيها . ولن يستطيع المسلم أن يستشعر عظمة القرآن ويحس جرس اللغة العربية وموسيقاها وبلاغتها فيه إلا إذا كان ناطقا بها ومتمكنا منها .

ولقد عرف أعداء الإسلام ذلك فانتشرت الدعوة إلى نبذ اللغة العربية لأنها لم تعد صالحة للتقدم والتمدن ولأنها أصبحت غير قادرة على استيعاب النقلة الحضارية والمفاهيم الحديثة فى العلم والتقنية وأصبحت اللغات الأجنبية هى المفتاح السحرى للولوج إلى عصر التكنولوجيا .

ولقد تحقق لانتشار تلك الدعوة تشجيع استخدام اللهجات العامية بدلا من اللغة العربية الفصحى فى وسائل الإعلام بحجة أن الفصحى من الصعب فهمها ، وصورت على أنها الشعر الجاهلى والكلمات الغريبة والشاذة وبالتالي فقد سيطرت اللهجات العامية لتكون لغة المسلسلات والأفلام السينمائية والبرامج التليفزيونية ، وأصبح من الصعب أحيانا متابعة برنامج تم إعداده فى دولة عربية بلهجتها المحلية وكأنهم يتحدثون لغة غير التى نتكلمها . والأكثر من ذلك فقد ظهرت دعوة تؤيد أن تكون اللهجات العامية لغة للشعر والأدب والثقافة . أما اللغة العربية الفصحى فقد أصبحت مادة تدرس فى المدارس والجامعات وعلى الطالب أن يستظهر قواعدها حتى يفرغها فى ورقة الإجابة عند نهاية العام وبعدها فهو غير مطالب بشئ .

وقد بدت محنة اللغة العربية فى منطقة الشمال الأفريقى بوضوح حيث عمل الاستعمار الفرنسى على إلغاء اللغة العربية وإحلال اللغة الفرنسية محلها وأصبحت بذلك اللغة الفرنسية هى لغة التعلم ولغة الإعلام وانفصلت الشعوب العربية المسلمة فى شمال أفريقيا عن باقى ديار الإسلام إلى حين وها هى تعود بزخم وحساس من خلال إصرارها على التعريب .

وقد تكون محنة « الفرنسة » أو التغريب التى عاشها المغرب العربى خلال وقوعه فى براثن الاحتلال الفرنسى هى الدافع الحقيقى لحرصه الشديد على نشر اللغة وتأصيلها الذى نلمسه فى الوقت الحالى فهو حريص على التعريب حرصه على دينه وعقيدته . ولا غرابة فى ذلك فالتزام المغرب العربى بجميع دوله بقضية التعريب وقضية اللغة العربية هو التزام أساسى يرتبط بمستقبل استقلال تلك الدول ، وربط قضية اللغة والتعريب بقضية الاستقلال كان ربطا جازما حاسما لا فصل فيه ولا تهاون . وهذا أمر يبشر بالخير ولعلنا نأمل أن يقود مغربنا مشرقنا فى قضية التعريب .

وقضية التعريب وتدعيم اللغة العربية وجعلها لغة العلوم والآداب هى عودة إلى الحقيقة وإقرارها . وقد كان طالب أوروبا فى عهودنا الزاهرة يحرص على أن يتعلم اللغة العربية حتى يتمكن من الحصول على العلم من مصادره الأساسية التى كانت تكتب باللغة العربية . وقد دارت الأيام على أمتنا العربية المسلمة فوجدنا أنفسنا فى موقف انهيار حضارى كدنا أن نفقد معه شخصيتنا العربية الإسلامية نتيجة لما رزنا به من علوم ومعارف بلغات أجنبية ولأننا لا نختلف عن باقى الأمم من حيث قدراتنا ومن حيث تاريخنا فإننا نعتبر قضية التعريب قضية لا نبالغ إذا قلنا : إنها قضية إثبات الذات .

والتعريب يرتبط بشقين : الأول شجون وهذا عائد لنا كأمة تحتاج إلى أن تلتصق بذاتها وأن تبرز شخصيتها وتحدد معالمها بوضوح من خلال تمسكها بلغتها وأصالتها وحضارتها وإعلامها الواعى الملتزم والمتفتح . أما الشق الثانى فإن التعريب عندما نتحمس له ونحرص عليه ونسعى إليه لا يعنى بأى حال ويجب ألا يعنى أننا نغزل أنفسنا عزلة كاملة عن مسارات الحضارة المعاصرة ، ولا يعنى أن نتوقع وأن نكتفى بتعريب العلوم وتدريسها بلغتنا .. التعريب هنا قضية أساسية وتبدأ بدافع ذاتى كما أسلفت ولكنها فى نفس الوقت يجب ألا تغلقنا على أنفسنا ولا تجعلنا نكتفى عليها فالعلم فى تقدم مستمر والتقنية لا شئ يوقفها .

ورغم أن الأمر جد خطير إلا أن المعالجة التى تتم حتى الآن للقضية معالجة عاطفية والحديث عنها حديث شجون فقط . ولهذا فإننا نود أن تكون معالجتنا لقضية التعريب

معالجة جماعية مركزة تتم من خلال التنسيق والتعاون والتكامل بين العالم العربى بأجمعه من خلال مؤسساته المتخصصة سواء كانت فى التعليم أو الإعلام ، كما نأمل ألا يصرفنا الاهتمام بالتعريب وقضايا اللغة العربية عن الاهتمام باللغات الأجنبية . ولا أعتقد أن كل من نادى بالتعريب يهدف إلى أن يمنع الأمة أو يقف حائلا أمامها من أن تتعلم اللغات الأجنبية ففى تراثنا المعبر تعبيرا صادقا عن تجربة أمتنا « من تعلم لغة قوم أمن مكرهم » والأمم كالأفراد تماما ولا بد لنا أن نجيد اللغات الحية ونحرص على تعلمها وأن نستخدمها كوسيلة لنتعرف على النتاج الفكرى العالمى بلغاته الأصلية ونفتح النوافذ أمام أعيننا وأبصارنا وأساعنا وأفئدتنا لكل ما يصدره العالم المتحضر لكى نتقى منه ما نحتاج إليه ونسقطه على مسيرتنا الحضارية فى العالم العربى أجمع .

المحور الثالث : هدم الثقة فى وسائل الإعلام :

وقد يكون من الغريب أن تتبنى وسائل الإعلام تلك المسؤولية ، ولكن ما تلبث أن تزول الغربة إذا عرفنا أن القصد هو بلبلة الرأى العام وزعزعته من آن لآخر وفى ذلك اهتزاز للشخصية العربية المسلمة حتى يسهل غزوها وتكون غير قادرة على أن تملك القرار أو تحكم إرادتها .

فعدم تحرى الدقة فى الخبر أدى الى ظهور المقولة المشهورة « كلام جرائد » حتى لقد أصبح ما يقال غير ما ينفذ فى أغلب الأحوال وحتى غدا الكذب ظاهرة ملموسة فى الإعلام فى العالم العربى .

وقد ظهر الكذب بوضوح فى الفكر السياسى الذى تبنته وسائل الإعلام فى العالم العربى والإسلامى حيث اعتمدت أسلوب التجريح والسب ، وأصبح المقال السياسى هجوما سافرا وكأنه إعلان مدفوع القيمة وأصبحت الحملات الإعلامية على عدو سياسى تستخدم الألفاظ البذيئة ما وجد منها فى القاموس العربى ، وما لا يوجد ثم ما تلبث الصورة أن تتقلب عندما يصبح هذا العدو صديقا فتتحول الشتائم إلى مديح ويتبدل السباب إلى ثناء وتضيع الحقيقة فى كل ذلك وسط أقلام تستأجر هنا وهناك .

هل من الغريب حقا أن يقال : إن هناك نظرية تسمى نظرية الدفاع الخارجى فى أن
تشتري دولة ما صحيفة أو مجلة تصدر خارج حدودها تكون مهمتها الهجوم والتجريح فى دولة
أخرى ؟!

لقد تكلمت وسائل الإعلام فى العالم العربى كثيرا حول كل شئ لكنها لم تقل أى
شئ فقدت الثقة فى نفسها قبل أن يفقدها الغير فيها ، وتاريخ العرب المعاصر يشير
بإعجاب إلى انتفاضة ١٩٧٣ م التى ضحى العرب خلالها وقبلها بانفعالاتهم وأسقطوا
التشنجات والصرخات الإعلامية التى كانت الطابع المميز للإعلام العربى وتغلب صوت
العقل على ضجيج العاطفة فجاءت الهجمة الإعلامية العربية على العدو الشرى بنفس
الزخم والفعالية التى صاحبت الهجوم العسكرى الناجح والمقاطعة البترولية المؤثرة .

وكان درساً جيداً للاستراتيجية الإعلامية العربية أتقنت الأجهزة الإعلامية تنفيذه ، بعد
أن نجحت فى التخطيط المتكامل له ثم ما لبثت وسائل الإعلام فى العالم العربى أن عادت
إلى سابق عهدها ونسيت العظة ولم تفهم الدرس « كأتنا يا بدر لا رحنا ولا جينا » !!

وفى انتظار فرج قريب بإذن الله به تعيش الأمة واقع إعلامها المؤلم .



غاية الإعلام في المجتمع العربي المسلم

لعل من المهم بادئ ذي بدء التأكيد على الإعلام في العصر الحديث أصبح يمثل في جوهره مجموعة من الضرورات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأية أمة من الأمم في كل جانب من جوانب حياتها . ولكل من هذه الضرورات مقوماتها وأبعادها فلو أردنا - مثلاً - أن نستعرض الإعلام كضرورة نفسية لوجدنا أنفسنا محاطين بتعريفات ومفاهيم ومعاني في علم النفس والعلاقات الإنسانية وعلم الاجتماع تؤكد لنا الدور الرئيسي والهام الذي يستطيع الإعلام أن يلعبه في نفوس الشعوب ، وكذلك الأمر بالنسبة لباقي الضرورات .

فالإعلام يمكن أن يكون حافزاً للهمم ومفجراً للطاقات ومقوياً للعزائم وداعياً إلى الخير بكل معانيه ونايذا للشر بشتى صوره إن أحكم توجيهه وصلحت برامجها ، كما يمكنه أن يقوم بدور المثبط لكل هذه القيم الاجتماعية والمبادئ الإنسانية إن كان الأمر غير ذلك .

والإعلام سلاح فتاك إن أسيء استخدامه فهو يغزو العقول ويتسلل إلى الأنفس ويستولى على القلوب . وقد يحمل في ثناياه ما يهدم القيم بدلاً من أن يدعمها ويزعزع الإيمان بدلاً من أن يعمقه ويعوق نشر الفكر المستقيم بدلاً من أن يشجعه ، كما أنه قد يجسد ما يبرز في المجتمع من تناقضات وانقسامات بدلاً من أن يزيلها ويقضى عليها .

وللشعوب النامية عامة والشعوب العربية والإسلامية على وجه الخصوص قضية مع

الإعلام يجب ألا نهون من شأنها كما يحسن بنا ألا نبالغ في بيان أبعادها .

والقضية تنطلق أساسا وبوجه عام من طبيعة ما تؤمن به هذه الشعوب من قيم ومبادئ ومعتقدات تعيش عليها وتعيش معها وعلى الإعلام أن يتبناها بوسائله المختلفة ويسعى إلى تطوير الصالح منها فيتأثر بها ويعمل من أجلها ، وإذا اختار الإعلام أن يتبنى غير ما تؤمن به الشعوب التي يتفاعل معها ويؤثر فيها أصبح غريب النزعة أجنبي المفهوم وظل مبتورا من جذوره ودخيل على مجتمعه يعيش وراء غيره ويخدم أهدافه وينتج عن ذلك انفصام بين الإعلام والمجتمع تكون محصلته الضياع والتفسيخ والانحلال .

والشعوب العربية والإسلامية تدين للإسلام عقيدة ومنهجاً وتخضع لدعوة الحق والنور قولاً وعملاً وهي دعوة شاملة لا تخص أمة بعينها ولا شعباً بذاته فهي لجميع الأمم ولكل الشعوب .. هي دعوة للإنسان حيث كان وأين كان ؟ وكيف كان ؟ .. دعوة لا ترتبط بحدود ولا تلتزم بمساحات .. دعوة يقوم الإنسان المؤمن بها برسالة غرس وإبداع لا تعرف للطاقة حداً ولا للفاعلية نهاية .. رسالة الإنسان المؤمن بدعوة الحق والنور هي عمارة الأرض بكل شموها وأبعادها وكل مكنوناتها وأسرارها فهو مستخلف فيها ، هو لهذا مطالب بأن يحقق رسالته عليها ما وسعه الجهد وأن يؤدي دوره ما استطاع إلى ذلك سبيلاً .

إنسان هذه رسالته ومجتمع هذه دعوته لا بد أن تتحدد فيه للإعلام ملامحه وتشكل أطره وتبين معالمه وتتضح منطلقاته فيكون حاضراً على العمل البناء وموجهاً له ومعزراً لقيمه الاجتماعية الرفيعة ويكون بذلك معقداً للرسالة ومؤكداً للدعوة .. عندها توضع البرامج الإعلامية لتنفذ بفعالية وجاذبية فتوجه المجتمع بكل طبقاته وجميع عناصره للإنتاج المبدع والجهد المضنى والعمل المتقن كل حسب إمكاناته وبقدر طاقته وقدراته .

والإعلام المعاصر بواقعه الراهن وتقنياته المتطورة وآفاقه البعيدة الواسعة العريضة يحجل من الصعب - إن لم يكن من المستحيل أن ينكمش شعب من الشعوب على نفسه وينطوى على ذاته ويتقوقع داخل حدوده دون أن يتأثر بالعالم من حوله ويتفاعل مع الشعوب المحيطة به والبعيدة عنه بكل قيمها وعاداتها وأخلاقياتها .

لقد أخذت وسائل الإعلام المعاصر تتنافس بل تتصارع لبث برامجها ونشر أفكارها مستقطبة كل شعوب العالم لها لتكسبها وبدأنا نرى شتى وسائل الإغراء والتشويق لهذه البرامج وتلك الأفكار حتى بدت وكأنها حرب خفية .. بل هي حرب إعلامية حقيقية بين الأمم تستخدم فيها كل القدرات وتوفر لها كل الإمكانيات .. وتحشد من أجلها كل الطاقات ولم يعد يهم إن كان ما يبت من برامج يحمل مفهوما أخلاقيا كريما أو أن ما ينشر من مبادئ ينصاع لعالم القيم الخيرة طالما إنه يخدم أيولوجية أو يدعم نظاما أو يؤيد زعيما .

ذلك واقع الإعلام المعاصر لا ينكره إلا مكابر ولا ينفيه إلا مخادع أو مخدوع . ومع هذا الواقع وما فيه من صراعات نجد أن لا بديل لتطويع وسائل الإعلام المعاصر وما يمكن أن تبثه من برامج أو تنشره من أفكار لخير عقيدتنا ومبادئنا وألا نقف منها موقف المتشائمين الذين يرون الكأس نصف فارغة .

إن الإعلام المعاصر بواقعه الراهن وما لازمه من تقدم هائل في مجالات التكنولوجيا وسبل الاتصال يشكل تحديا لمقدراتنا كمسلمين على الاستفادة منه وتوجيهه لخدمة قيمنا وقضايانا العادلة ولعل الشرط المبدئي والأساسي لتحقيق ذلك هو أن نكون صادقين مع أنفسنا ملتزمين بأخلاقياتنا معتزين بشخصيتنا مبتعدين عن المهارات والترهات فما لذلك خلقنا ولا لهذا نوجه طاقتنا .

لقد أثلج صدرى وأنا صبي صغير أن أقرأ في مجلة لا أذكر اسمها الآن أن الإذاعة الباكستانية حينئذ جعلت شعاراً لها آية من كتاب الله تقول :

« وقولوا للناس حسنا »

وفي الحقيقة فإن هذه الآية الكريمة تضع الدستور الأساسي للإعلام في جملة تتكون من ثلاث كلمات : قولوا .. للناس .. حسنا .

إذ ليست غاية الإعلام في الإسلام غسيل رؤوس العباد حتى تتسع لكل التقلبات .. ولا عملية تخدير حتى تقبل الأمة أمراً خطيراً ما كانت لتقبله لولا هذا التخدير ..

إن غاية الإعلام في الإسلام يجب أن تكون أساساً إرضاء الخالق جلّت قدرته حتى ولو لم يرض بعض الخلق وليست إرضاء بعض الخلق بغضب الله عز وجل . فالرسول الأمين صلوات الله وسلامه عليه يقول :

« من التمس رضا الله بسخط الناس رضى الله عنه وأرضى عنه ،
الناس ومن التمس رضا الناس بسخط الله غضب الله عليه
وأسخط عليه الناس »

إن مهمة الإعلام هو « القول الحسن » سواء أكان علماً أو خبيراً أو عوناً للإنسان على نفسه وترويحاً لها ..

« وقولوا للناس حسناً »

هكذا في إيجاز جليل تتحدد قضية الإعلام .. فإذا تحددت القضية أصبح التشويق من أهم عناصر طرحها .. وبدونه تضعف القضية .

والتشويق هو محور ارتكاز علم « سيكولوجية الإعلام الحديث » ولا بد للعاملين في مجالات الإعلام الإسلامى أن يتفهموا وسائله ويتعرفوا على طرقه كي يكون المردود على قدر ما يبذل من جهد والحصيلة على نفس مستوى العطاء .

أذكر أنى قرأت مرة عن مسلك الباطنية في الدعاية لأنفسهم أو الإعلام لطريقتهم .. يقولون : إنهم كانوا يصطحبون معهم في تنقلاتهم مقرناً حسن الصوت فإذا نزلوا بمكان قرأ المقرئ وأنشد فيجذب القلوب إليه فإذا تحقق هذا الانجذاب أخذوا يبدون كل الاحترام والتبجيل لشيخهم حتى يلقوا الأنظار إليه .. فإذا التفت القوم إليه بدأ يتكلم فيلقى بنصف الحقيقة ويصمت فإذا سئل عن شئ مما قال : قيل للناس اصبروا العام المقبل حتى لا يثقل القول عليكم .. ويمضون والقوم معلقون بهم لا ينسون هذا الصوت الندى ولا هذا الشيخ الجليل الذى يلقى ببعض الكلام ويدع بعضه .. إنه التشويق فى أحسن صورة وكأنهم قد درسوا سيكولوجية الإعلام الحديث .

ومع بزوغ الوسائل الحديثة للإعلام وتطوره كعلم يستمد زاده من علوم النفس والاجتماع والإنسانيات عموماً ، أصبح المجتمع العربى المسلم فى شئ من الحيرة تجاه هذا التطور الكبير الذى امتد إلى كل أبعاد الصناعة الإعلامية .. وسيلة وإعداداً ومحتوى وإخراجاً حتى لقد أصبحنا نفاجأ اليوم بعلم مكتمل الأصول متطور الوسائل نبت فى مجتمع غير مجتمعا واكتسب خصائص نبعت مما يؤمن به ذلك المجتمع .

ومجتمعا لا يستطيع عن هذا العلم غنى فهو فى أمس الحاجة إليه ومن هنا تبدو الضرورة الملحة للعمل على استنباط إعلام فعال ذى غاية إسلامية .

وربما سهل من مهمتنا أن أدوات الإعلام محايدة .. لا تعرف مذهباً ولا فكراً .. ولا تدين لعقيدة أو مبدأ ، .. وبقي أماننا أن نستتب سياسات إعلامنا وأهدافه فى إطار مبادئنا ومنطلقات عقيدتنا متفتحين على كل خير فى إعلام الأمم من حولنا - فنحن - ولا ضير علينا فى ذلك نعرض برامج صنعت فى بلاد أخرى .. ولكن المهم أن نتضح لأنفسنا الغاية من الإعلام ثم نتفق على وسائله ونمضى فى طريق الاستنبات ونعين أنفسنا فى الطريق بزاد إعلامى أجنبى نتقيه انتقاء .

حتى فى مجال الدعوة إلى الله ونشرها وتعليم اللغة العربية نحتاج إلى تجديد أساليبنا وتحديث طرائقنا فما زالت عقيمة وبدائية ولم تصل بعد إلى مستوى العصر . وهذا شئ نأسف له ولكنه نتيجة طبيعية لتأخر علوم الإعلام فى أوطاننا .

إن الوقفة التى وقفها بعض فقهاء المسلمين فى أوائل هذا القرن تجاه وسائل الإعلام الحديثة من هدم وتحطيم أو مقاطعة وإعراض جعلت كثيراً من الشباب لا يقبل على تعلم أصولها وطرق تطويرها . وقد آن الأوان أن نقنع بأن هذه الأدوات محايدة تنقل الفكر كما يلى عليها ولا يهيمها من يتبناه .

.. إن الأمر جاد ويحتاج من فقهاء المسلمين أن يترشوا فى الفتوى قبل أن يحيروا عامة المسلمين معهم . إننا رغم القناعة العامة الآن أن أدوات الإعلام مطبعة تنفذ ما تؤمر به

مازلنا نجد أن كثيرا من الشباب الملتزم بالإسلام عقيدة ومسلماً لا ينظر إلى الإعلام كصناعة هامة يجب أن يقبل عليها ويتخصص فيها وذلك لترسب الموقف القديم في قرارة نفسه .

لقد أصبح الإعلام ضرورة ماسة للمسلمين ليس فقط من أجل عملية البناء الاجتماعي والتنمية الوطنية بل أيضا لأمر الدعوة الإسلامية .

إننا لو استعرضنا الإعلام كمحتوى ، لوجدنا أنفسنا أمام مفاهيم رئيسية ترتبط ارتباطا مباشرا بقضية الإعلام . من ذلك مثلا تحديد الوظيفة الاجتماعية للإعلام وتعريف المنهج الذى ينتهجه والفلسفة التى يقوم عليها وكذلك التعرف على العلاقة بين وسائل الإعلام ومنهجه من جهة وبين الحالة الاجتماعية والنفسية للإنسان ومن ثم للمجتمع من جهة أخرى .

إن التعرض لهذه المفاهيم الرئيسية بشئ من التحليل يساهم فى وضع الإطار الصحيح للإعلام فعال ذى هوية عربية واضحة وغاية إسلامية ملتزمة . وهذا ما سوف نحاول القيام به فى الصفحات التالية على أننا نقر أن مثل هذا الجهد جدير بأن يشارك فيه المتخصصون لأنها مسؤوليتهم وهم أقدر دون غيرهم على التصدى لها بصورة جادة وعلمية مستفيدين فى ذلك مما جمعه من علم ومعرفة ومستخدمين فيه ما يتوفر لهم من وسائل الإعلام المطروحة من صحافة وإذاعة وتليفزيون حتى يشعر القائمون على أمور هذه الأجهزة أن الجميع يقف خلفهم ليشد من أزهم ويرشدهم إلى الصواب ويعينهم على الحق .



الوظيفة الاجتماعية للإعلام العربي ومنهجه

يظل الإعلام بجميع وسائله فعالاً ما ظل متفاعلاً مع المجتمع فإن فقد هذا التفاعل أضحيّ إعلاماً متبلداً وراكداً .. وحتى يكون تفاعل الإعلام مع المجتمع متجدداً وحيوياً لابد أن تتحدد الوظيفة الاجتماعية له وتحديداتها يعين على تشكيل الإطار المطلوب .

وعالمنا العربي يتمتع برصيد كبير من أجهزة الإعلام ووسائله وهيئاته ومنظّماته ، ومن الملاحظ أن هذا الرصيد مازال يستنزف في استثمارات لا عائد منها ولا ثمرة لها ، ولعلنا نرجع ذلك إلى ظروف وملابسات ... ولعلنا نجد له كثيراً من الأسباب والمبررات إما لإرضاء الضمير أو تسلية النفس أو الاثنين معا .

إن باستطاعتنا أن ندس الرؤوس في الرمال كما يفعل عدد كبير من خلق الله ونلجأ إلى متكأ نرتاح فيه لنجتزأ مجادنا الماضية ونفاخر بعهودنا الزاهرة دون أى جهد إضافي يبذل أو عطاء جديد يقدم .

غير أننا آثرنا أن يستيقظ الوعي فينا ونزعج نومنا الطويل بإعلام عربي فعال نتمنى أن توجه طاقاته لحفز الهمم ، ويركز جهده للبناء والعمل ، وتوضع إمكاناته لتشيط القدرات من أجل التنمية والتطور فما أحوج أن ينقاد عالمنا العربي من التيه إلى الرشاد ! وما أعظم إعلامنا العربي لو توحدت وجهته واتجه بإنسانيته إلى هذه الغاية .

وهذه كلمات تختص بالإعلام العربى ووظيفته الاجتماعية فى عالم يموج بالقضايا ويزدحم بالأولويات نرجو أن تجد أذنا صاغية وقلبا نابضا وعقلا مستيرا .

ونطرح سؤالا من شقين :

ماهى الوظيفة الاجتماعية للإعلام ؟!

وما هو منهجه ؟!

وبدون الدخول فى تنظير أو الخوض فى فلسفة نسارع إلى التقاط الإجابة المنطقية - فى اعتقادنا على الأقل - على الشق الأول من السؤال فنقول :

إن وظيفة الإعلام الاجتماعية فى عالمنا العربى ذات ثلاث شعب :

التربية

والتنمية

والترويج

ولهذا الترتيب أهمية نتبينها بوضوح عندما نعرف أن متوسط نسبة الأميين فى عالمنا العربى هو ٧٢% وأن الأطفال العرب ما بين الخامسة والرابعة عشرة بلغ هذا العام ٤٣ مليونا . ولا شك أن هاتين الفئتين أكثر فئات المجتمع تأثرا بما تروجه وسائل الإعلام المتعددة إذ تنقصها المناهضة الثقافية التى تمكنها من التمهيص فى تشاهد أو التفكير فىا تسمع .

... إذن فالتربية تحتل الوظيفة الأولى من وظائف الإعلام فى كل عمل بناء أو منهج فعال إذ هى الأساس فى حياة الشعوب فبالتربية تتأصل الأخلاق وتعمق القيم ويعد الإنسان طفلاً فشاباً فرجلاً ليتحمل مسؤوليته ويؤدى رسالته . وإذا ساهم الإعلام بوسائله القوية المؤثرة مع المنزل والمدرسة فى تربية النشء ونشر الفضائل ومحاربة الرذائل فانه يكون بذلك قد أدى وظيفته الاجتماعية أو كاد لأن التنمية والترويج يعتمدان إلى أبعد الحدود على الإعداد التربوى والتأهيل الأخلاقى والتكامل الخلقى بين أفراد المجتمع فلا تنمية دون استعداد وتأهيل وعمل جاد وتضحية كبيرة ولا حاجة لترويج ما لم يكن هنالك جهد

وإجهااد وعمل وبناء . حينئذ تسهل مهمة الإعلام ويتحقق هدفه ويقوم بأداء وظيفته الاجتماعية .

نعود الآن إلى الشق الثاني من السؤال الذى طرحناه في بداية حديثنا ويتعلق بمنهج الإعلام العربى لنقرر أساسا أن لكل إعلام منهجاً يتبعه لتحقيق رسالته وأداء وظيفته ومنهج الإعلام في المجتمع العربى المسلم يجب - في تصورنا - ألا يخرج عن الخبر الصادق والقصص الهادف والدراسات الوصفية الكلية للمجتمعات وعوالم الطير والدواب والهوام والنقد البناء والتحليل العلمى والأنشطة الرياضية واللفظية والفكرية والتعبير الصامت والبرامج التعليمية وأخيرا وليس آخر الترفيه السليم والترويح الهادف . والتزام الإعلام بمثل هذا المنهج يجعله محققا لهدفه ومؤديا لرسالته .

ووسائل الإعلام المؤثرة والقوية في كل مجتمع هى التليفزيون والإذاعة والصحافة والسينما والمسرح والكتاب والمساجد ومنابر المؤسسات العلمية والتعليمية والنوادر الأدبية والمؤسسات الثقافية . ولك من هذه الوسائل وظيفتها وفعاليتها في المحيط الذى تعمل فيه ويتعايش معها . ومن الضرورى أن يكون عمل كل هذه الوسائل متناسقا ومتكاملا حتى تتأكد الغاية من الإعلام وتحقق رسالته . فإذا كان في المجتمع صحافة ملتزمة - وهذا أقل القليل المطلوب تحقيقه في العالم العربى - فإن التزام باقى الأجهزة الإعلامية يصبح أمرا ضروريا لأن عدم التزام التليفزيون فيما يعرضه على المشاهد مثلا يعزل تلك الصحافة عن المجتمع وبالتالي يبدو التناقض في التأثير وتكون النتيجة الطبيعية لهذا حيرة وتخطيطاً .. إذن - لابد من التنسيق والتعاون بين هذه الأجهزة والوسائل من خلال سياسة ثابتة ومنهج واضح يخطط مرسومة .

وللمنهج الإعلامى ووسائله علاقة أساسية وارتباط مباشر بالحالة الاجتماعية والنفسية للإنسان .

... ولكى نستبين هذه العلاقة وذلك الارتباط دعونا نأخذ جهاز التليفزيون كمثال لأن منهج الإعلام التليفزيونى وما يحويه من خطط وبرامج من جهة يكون أقوى تأثيراً وأشد

ارتباطاً بالحالة الاجتماعية والنفسية لأفراد المجتمع المتابعين لهذا المنهج والمُشاهدين للبرامج والمتأثرين بالخطط ولأن التليفزيون يعتبر وسيلة إعلامية ذات أهمية كبيرة وتأثير بالغ فهو يدخل المنازل دون إذن ويشد الناس إليه دون دعوة . وإذا كنا سنأخذ التليفزيون كمثال فيما نود إيضاحه من وجهة نظر حول العلاقة بين المنهج والوسيلة والحالة الاجتماعية والنفسية ، فإن ما سنقولُه عن التليفزيون يمكن أن ينطبق على باقى الأجهزة الإعلامية في مجتمعتنا العربى الكبير مع قليل من الاختلاف في الشكل لا في المضمون .

إن الإطار العام لبرامج التليفزيون يكون عادة معبرا عن ما يهدف هذا الجهاز إلهام إلى إيصاله للمُشاهدين متمشيا في ذلك مع العادات والتقاليد وأسلوب الحياة في المجتمع .

فمثلا نلاحظ في المجتمعات المتقدمة أن معظم البرامج المسائية تهدف إلى الترفيه والترفيه ، فالإنسان قد أُرهِق طوال النهار في عمل شاق يستلزم حضوره ذهنيا ، لذا تجده في المساء مستلقيا في كرسى أمام الشاشة الصغيرة مستروحا بقصة فيلم تعرض عليه أو بمباراة تنقل له أو مسابقات خفيفة مسلية يشارك فيها .. وكلها تتسم بعدم احتياج المُشاهد إلى تركيز أو إجهاد ذهنى بينما تجد البرامج التعليمية في الفترة الصباحية تشغل معظم الوقت وهى برامج صيغت لربات البيوت والأطفال بحيث لا تتصف بالعمق وإنما هى من قبيل المعلومات العامة المفيدة وهناك بالطبع محطات تعليمية متخصصة تصاغ برامجها من أجل العملية التعليمية يمكن أن يتابعها بعض الخاصة .. ذلك حال الإطار العام للبرامج في المجتمعات المتقدمة تجده متفاوتا بدرجات من مجتمع إلى آخر تبعا للحالة الاجتماعية والوضع النفسى للمُشاهد .

ولكن ما هو الحال في المجتمعات الأقل تقدما أو التى تسمى نامية ومجتمعتنا العربى واحد منها ؟!

يبدو أن الأمر غير واضح ويحتاج إلى دراسة شاملة عن علاقة عمق البرامج بالحالة الذهنية للمُشاهد حسب طبيعة الفترة الزمنية لبث البرامج وتفاوت الحالة الذهنية للمُشاهد أو تعددها بأسلوب أدق حيث تستطيع الدراسة أن تبين كم محطة إرسال يجب أن تكون ؟! وإذا كانت الظروف الاقتصادية لا تسمح بأكثر من محطة فأى ذهنية نركز عليها وأى ذهنية

نضحى بها ؟! . وفي كل الأحوال يجب ألا يغيب عن الذهن أهمية الرعاية اللازمة والعناية المطلوبة لفئتي الأميين والأطفال في المجتمع واللذين أشرنا إليهما من قبل . إن كل هذه الأمور وغيرها يجب أن تشغل فكر المهتمين بالإعلام والمسؤولين عنه والحريصين على وجهته .

وإذا استبان لرجال الإعلام وللمجتمع الإطار العام للبرامج يبقى الحديث عن محتوى هذه البرامج الشغل الشاغل لكل المهتمين بخط سير الإعلام التليفزيونى كنموذج لوسائل الإعلام الأخرى .

ولعلنا نعين رجل الإعلام باستعراض الخطوط العريضة لمحتوى البرامج التعليمية وبرامج الثقيف الدينى وكذلك برامج الترويح والتسلية وقد جاء اختيارنا لهذه الأنواع الثلاثة من البرامج لأنها - في اعتقادنا - تشكل الجوهر لما يحويه الهيكل العام لبرامج التليفزيون العربى .

لنبداً بالبرامج التعليمية ...

في اعتقادنا أن الهدف من البرامج التعليمية هو توسيع المدارك وتعميق المفاهيم في فلسفة العلوم واعطاء روح المادة وليس تكرار ما في الفصل من معادلات ونظريات وتعريف ولهذا فلا بد أن يسند إعدادها ويقوم بتقديمها أساتذة متخصصون من الجامعات وغيرها ، ويتم اختيارهم من بين القادرين على الالتقاء تشويقاً وإقناعاً . ولأن الموضوع حيوى وهام ويحقق جزئياً وظيفة التربية التى أتفقنا على أولويتها ولأن مادته جافة فان من المهم اختيار طريقة جيدة لإخراج هذه البرامج لتشويق المشاهد وشد انتباهه .

وبرامج الثقيف الدينى ...

ما هدفها ؟ .. هل هدفها تعميق الفكر الدينى وتأسيس الخلق العربى الإسلامى في النفس البشرية أم الغرض منها التنوع . إنها لفكرة خبيثة تلك التى تقطع البرامج الخفيفة والمسلية ليخرج إلينا خطيب أو خطباء يلوكون كلاماً مكرراً يعرفه أى إنسان مسلم في الشارع وتكون النتيجة سلبية .

نقولها بكل صراحة .. لقد تضاعف دور الوعظ عن طريق الخطبة المباشرة أمام الاتعاظ بمشاهد حية من خلال قصة ذات وقائع تحارب الفساد والتحلل تعرض في التلفزيون . كذلك التفكير في الكون وما ينتج عنه من إحياءات بعظمة الله وقدرته وتستطيع الشاشة الصغيرة أن تؤكد بعرض أفلام عن عوالم الطير والحيوان والهوام .. نحن هنا نطالب بتعزيز دور الوعظ التلفزيوني غير المباشر ونريد أن تكون كل البرامج وسيلة للاتعاظ والتمسك بأهداب العقيدة .

ولابد أن يفهم حديثنا هذا على أنه ليس ضد برامج التعليم القرآني فهذه ليست برامج وعظية ، ولكنها برامج تعليمية تحتاج إلى إعادة نظر كاملة فكثير من الذي يقدم منها الآن في بعض وسائل الإعلام ليس متعمقا .. إذا لابد أن تقدم برامج حول تعليم القرآن معنى ولفظا وبيانا وعلمنا وسياسة واقتصادا واجتماعا .. الخ بشئ من الجدية والاهتمام والعمق لا أن يقدم أى شئ حشوا للفراغ أو حتى لا يقال : إن البرامج خالية من التوجيه الدينى .

لاشك أن برامج التثقيف الدينى تحتاج إلى دراسة واعية وتفهم أعمق ووسيلة مشوقة وإعداد جيد وإخراج سليم حتى تصبح فعالة وتحقق هدفها في توجيه المجتمع وتربية وتأصيل قيمه .

ويأتى دور برامج الترويح والتسلية ... فماذا عنها ؟!

بقدر قلة وسائل الترفيه الطبيعية كالمتزهات والحدائق والغابات والجبال الثلجية والصيد والشواطئ المجهزة .. في مجتمع ما بقدر ما تصبح الشاشة الصغيرة سيدة الموقف في عالم الترويح ويصبح لزاما على معدى برامج الترويح والتسلية في المجتمعات الملتزمة بالقيم والأخلاقيات العربية الإسلامية أن يقدموا للمشاهد فترة دسمة فيها من الترفيه والترويح والتسلية ما يجعله يحدد نشاطه ويريح فكره ويزيل عنه الهم والكد ويملاؤه وقت فراغه على أن يكون كل ذلك بعيدا عن الإثارة النفسية وخاليا مما يتعارض أو قد يبدو متعارضا مع عقيدة المشاهد وما يدين به من قيم .

وتبقى ظاهرة بدأت تؤثر على كثير من علاقاتنا الاجتماعية في المجتمع العربى تلك هى تكتل العائلات أمام الشاشة الصغيرة كل مساء فالتقوقع الأسرى وعدم احتكاك العائلات

وتقليل الزيارات أمر جديد على مجتمعاتنا . والركود الجسدى لنا ولأطفالنا بالجلوس ساعات أمام التلفزيون سوف يؤثر بدوره على الصحة العامة وربما تنشأ أمراض جديدة قد نسميها أمراض التلفزيون .

وتلك الظاهرة مرتبطة بقيمة الوقت وتقديرنا له .. إن الجلوس أمام التلفزيون لساعات متأخرة ليلا سوف يؤثر على قيامنا لصلاة الفجر وبكورنا للعمل .. يحكى لى صديق مصرى أن هذه الظاهرة أصبحت واضحة فى قرى مصر فالفلاح المصرى الذى كان يقوم فى الفجر ويحج بقراته وحماره الى حقله وتأتيه زوجته عندما تنشق السماء عن قرص الشمس أصبح يفقى من نومه بعد طلوع الشمس ويذهب إلى عمله مشائبا .. ولم تعد ترى جلسات الفلاحين على « مصاطبهم » كما كانت من قبل إذ تفوقت كل حارة أو أسرة أمام شاشة التلفزيون .. ظاهرة جديدة خطيرة لم يدرسها أحد ولم يحاول باحث أن يجد لها حلا .. ولا نظن أنها وقف على الريف المصرى بل يشترك فيها الريف العربى عامة .

... المطلوب دراسة واعية لهذه الظواهر والبحث عن الآثار السلبية على العلاقات الأسرية والترابط الاجتماعى وقيم حضارتنا وأهمها قيمة الوقت ثم دراسة بدائل الترويح المختلفة ولا نسقط من ذلك اتساع رقعة « الفيديو » ومقدرة متوسطى الحال فى كثير من المجتمعات العربية على شرائه .

وسيطل احتمال امتداد وسهولة التقاط الإرسال التلفزيونى بين دول العالم جميعها عن طريق الأقمار الصناعية التى تجوب الأفلاك وما تحمله من برامج لا تكون بالضرورة خاضعة للمنهج الذى أشرنا إليه أول للوظيفة الاجتماعية التى حددناها ولا تحتاج هذه البرامج إلى إذن لاقتحام دورنا .

نقول سيطل هذا الاحتمال قائما إن لم يكن فى خمس السنوات القادمة فلا أكثر من الخمس التى تليها . وعلماء الدين وأساتذة الجامعات ومفكرو الأمة مدعوون للمشاركة فى الدراسة بل هى هم مطالبون بها بحكم تخصصاتهم العلمية وريادتهم الفكرية لمجتمعاتهم ولا أخاهم إلا فاعلين .

فلسفتنا.. وكيف نخففها في الإعلام العربي؟

لكل إعلام معاصر فلسفة تتضح في أهدافه وخططه إذ أن الفلسفة هي التي تحدد مجموعة القيم الإعلامية التي توزن بها كل البرامج والخطط وبها تسهل أيضا مهمة الرقابة الذاتية التي تلتزم بها الأجهزة الإعلامية والتي تحافظ من خلالها على توازنها وتحفظ باتزانها .

وارتباط التخطيط في أى شأن من شؤون حياة أمة ما بالفلسفة التي تتبع من قيم ومفاهيم تلك الأمة هو ارتباط طبيعي يصدق القول فيه على الإعلام كما يصدق على أى أمر من الأمور ، ولكن تأثير الفلسفة على التخطيط يبدو واضحا ويتأكد بصورة مباشرة في الإعلام لأن الإعلام علم وصناعة وفن لا يملك المسؤولون الموجهون لسياسته أو العاملون في أجهزته مقدرة إخفاء أعماله أو ستر منجزاته لأنه صناعة مكشوفة وعلم معلن وفن مداع .

والنظرة العامة إلى الحياة التي يتمتع بها أفراد مجتمع ما تؤثر بصورة أساسية على المفاهيم التي يبنى عليها ذلك المجتمع تصرفاته ، كما أنها تضع بوضوح التصور العام لمجموعة القيم التي تحكمه .. والإعلام ولاشك انعكاس لتلك المفاهيم التي يعيشها المجتمع والقيم التي يطبقها .

والإنسان العربي يملك أساسا - بحكم عقيدته الإسلامية - نظرة شمولية للحياة يتفاعل من خلالها باستمرار مع ما حوله من دلالات وآيات .

وتتطلب تلك النظرة من إيمان ذلك الإنسان بأنه مستخلف من الله على هذه الأرض لعمارتها ومسؤول عن كل تصرفاته فيها ومدعو للتبصر والتعقل في دروبها ومسالكها والتفكر والتأمل في مظاهرها ورموزها . فكل شئ عليها له سبب عنده وكل قيمة فيها لها معنى عنده . وهذا يشكل ركائز فلسفة الإعلام في المجتمع العربي كما تصورناها .

لقد أصبح التخطيط لإيجاد المناخ الذى تثبت فيه هذه الفلسفة نبأ أمراً في الصميم .. إذ المطلوب أن تظهر القيم الإعلامية التى حددتها فلسفة الإعلام من خلال جهد فنى وعطاء أدبى وعرض سينمائى أو تليفزيونى .

والأعمال الفنية هذه لا تبعد في يوم وليلة وإنما هى مؤشر من مؤشرات الحضارة الإنسانية وكثافتها في بلد ما .. إذ أن حركة الإعلام تعمل مع حركة الحضارة في دائرة واحدة .. ينمو الإعلام فتتوهم الحضارة .. ونمو الحضارة ينمى الإعلام ويطوره .. وهكذا دواليك في حركة متصلة ومتداخلة يكمل بعضها بعضا .

ولأننا في العالم العربي جزء من أمة إسلامية نتعاش من خلال عقيدتنا وفكرنا وثقافتنا مع أمم أخرى في العالم سبقتنا بعض شعوبها في ميادين الأعمال الفنية التى يتخللها الفكر العالمى بتصوراته المتباينة فإن مهمة المخطط في نقطة البدء تصبح أيسر قليلا .. لأننا نستطيع أن نستعين ببعض هذه الأعمال الفنية بعد « تجميعها » من جديد في قالبنا الفلسفى المختار .

.. في بلاد كثيرة نجد أن معظم منتجى الأعمال الفنية والعاملين في مجالاتها المتعددة ليسوا أصحاب قضية وإن كانوا أصحاب قضية فهى ضد فلسفتنا .. ولذلك فهم ينتجون ولا ينشرون ولا يمثلون إلا خبثا في معظم الأحوال .. بينما توجد قصص يتأصل فيها الفكر العربى الإسلامى نستطيع أن نتبناها إنتاجا يحقق أهدافنا ويكون في ذلك خير كثير لأمتنا .

.. نضرب لذلك مثلا بقصة « بعد الغروب » للمرحوم محمد عبد الحليم عبد الله التى عرضها التليفزيون السعودى منذ مدة .. فقد أظهرت تلك القصة أهمية دور التربية بأسلوب

رائع وأكدت معانى الأمانة والصدق فى الحياة بطريقة موفقة وحاربت فى ثناياها الربا والطمع والرشوة بإخراج جذاب وبينت بفعالية أن لا خير فى جمع المال الحرام .. حتى لقد كانت فى مجموعها سلسلة تحقق أهدافنا العربية الإسلامية فى الخير والحق والعطاء المنتج .

إن ما نحب أن نؤكد هنا هو أن بإمكاننا الاستعانة بالأدب العالمى الرفيع فى سبيل نشر الفضيلة والقيم الصالحة .. فنحن أمة تحب مكارم الأخلاق حتى ولو كانت فى سبيلها السوفيتية إن وجدت ، فالحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أحق الناس بها .

وتحقيق فلسفتنا الإيمانية فى الإعلام لا يتم إلا بأداء مهمتين :

مهمة إيجابية

ومهمة سلبية...

ولكل مهمة أبعادها ونتائجها :

فالمهمة الإيجابية :

هى إشعاع فكرى إيمانى متبصر ومنفتح يعتنقه ويلتزم به رجال الإعلام فى مختلف مواقعهم ويطبقه ويحرص عليه معدو الخطط والبرامج والهيكل كى يتبلور فى قيم إعلامية تعرض على الناس من خلال أعمال فنية مطبوعة أو مقروءة أو مسموعة أو مشاهدة .

والمهمة السلبية :

هى الضوابط التى تمنحها الرقابة الذاتية لنفسها لتستطيع بها أن تزن العطاء الإعلامى من برامج وخبر وقصة وخطة وفيلم .. إلخ . فتمرر منها ما كان موافقا لهذه الضوابط وتطرد ما كان مخالفا لها .

إن التخطيط السليم لتحقيق فلسفتنا يستدعى اختيار الأعمال الفنية العربية أو العالمية المحققة لأهدافنا ليتم إبرازها بصورة جيدة نصا وتمثيلا وإخراجا . وبعد أن يتكامل العمل الفنى فى فيلم أو سلسلة إذاعية أو تلفزيونية لابد من مراجعته للتأكد من أنه لم يشوه عند تمثيله أو ينحرف عن مساره .. حتى الأخبار التى تلتقطها أجهزة الإعلام فى عالمنا العربى من وكالات الأنباء العالمية لابد من تمحيصها وفحص محتواها وتدقيق العبارات التى صيغت

بها قبل نشرها وإذا عنتها خصوصا تلك التي تختص بقضايانا العربية والإسلامية .. أذكر أنني قرأت منذ فترة وجيزة خبراً نقلته إحدى وكالات الأنباء العالمية عن انتصار أحرزه المجاهدون المسلمون في أفغانستان الجريئة الصابرة . وقد أشار الخبر إلى هؤلاء المجاهدين بأنهم متمردون وخارجون على النظام ومتزمتون .

وقد نشرت إحدى الصحف العربية بغياء هذه النعوت كما أوردتها الوكالة الموبوءة .. وحررت في تسمية ذلك .. أهو تفريط من الصحيفة أم إهمال .. واستبعدت أن يكون قصداً لأنني غلبت حسن الظن على سؤته .

لعل من ضمن البرامج المفيدة والخطط السليمة ونحن في أداء المهمة الإيجابية لتحقيق فلسفتنا ونشر قيمنا وتعزيز مبادئنا في أجهزة الإعلام أن نستكتب بعض المفكرين في عالمنا العربي والإسلامي أعمالاً فنية مختلفة وتشجيع العناصر الوطنية على الولوج في هذا الميدان فالثقافة هي أم الإعلام وإذا هبطت الثقافة هبط الإعلام .

من أجل ذلك لابد من الحرص على تشجيع الأعمال الفنية المختلفة من قصص ومسرحيات وشعر وآداب عامة إذ أن خلق المناخ الثقافي اللازم لتطور الإعلام لابد أن يظل هدفاً أساسياً نسعى لتحقيقه . ويجب ألا يغيب عن الذهن أن ما تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع وما تعرضه أجهزته المتعددة على الأمة هو المؤشر الحقيقي لواقع الثقافة في المجتمع والانعكاس الواضح لمستوى الوعي بين أفراد الأمة .

وحتى تحدث الحركة الثقافية أثراً في الفنون والآداب سوف نضطر لقبول أعمال فنية كاملة سواء من الأسواق العربية بالتعاون فيما بيننا أو من الفنون العالمية وهذه مهمة كبيرة سبق أن أشرنا إليها من قبل بالمهمة السلبية . أي تصبح المهمة ونحن نبحت في الإنتاج العالمي خاضعة لجهاز « انتقاء » ومحاولة اختيار « الأقرب » لتحقيق فلسفتنا وطرد ما يناهض قيمنا .

إن هذا « الطرد » يجب ألا يكون منصبا على المناظر الخليعة أو الألفاظ النابية المنحرفة

فقط ، ولكن لا بد له أن يشمل الأفكار العفنة المتغلغة بغلاف القصة المؤثرة أو المتخفية في ثنايا الصورة الباهرة أو زوايا المقال الجذاب أو في محتوى الخبر المثير ... ولن يستطيع القيام بهذا إلا جهاز فكري من ذوى الثقافة العالية والحساسية الفكرية والنضوج الكامل والاستيعاب الشامل على أن يارس هذا الجهاز مسؤوليته الكاملة دون قيود وفي إطار العقيدة والقيم والأخلاق العربية الإسلامية ويشكل بذلك الرقابة الذاتية التى تحدثنا عنها في بداية هذا الفصل والتى تقوم بأداء المهمة السلبية لتحقيق فلسفتنا الإعلامية .. لأن انتقاء « الأقرب » لتحقيق فلسفتنا أمر فكري للغاية .

إن الفكرة الخبيثة قد تتدثر أو تتخفى في كلمة براقة أو جملة بليغة أو عبارة راقصة ضمن ما يحمله الأثير أو تنشره المطابع أو يعرضه التلفزيون وإذا لم يرصدها جهازنا الفكري بدت من بعد ذلك أثرا سيئا على الجمهور .

ولهذا أيضا نعتقد في وجود جهاز آخر لا يقل أهمية عن الجهاز الفكري يتابع الآثار المترتبة على ماتبته وسائل الإعلام بين الجماهير كأمر ضرورى يقتضيه تحقيق التفاعل بين تلك الوسائل وبين الأمة منعاً للانفصام ودرءاً للتناقض ولا بد أن يكون قيام هذا الجهاز مبنيًا على أسس علمية ويستخدم الأساليب الاحصائية الحديثة في الكشف عن ملاءمة البرامج لمستوى الجماهير ، ومدى الاستفادة منها واقبال الجماهير عليها . فربما كان برنامج ما خادماً لفلسفتنا ولكنه ثقیل الظل لا تقبل عليه الجماهير وتناهى عنه وآخر خفيف الظل ومشوق ولكنه يدحض قيمنا فنطور الأول ونحذف الثانى ..

ان متابعة نتائج هذا الجهاز « الاختبارى » يُكْمَلُ أداء المهتمين معا كما يمكن أن نستفيد من نتائجه وما تحمله من معلومات في التخطيط الجديد للبرامج والهياكل الإعلامية ونكون بذلك قد استخدمنا نظرية التحكم الآلى « نظام التغذية الخلفية » في التطور المرتقب للإعلام .

وثمة غاية أخرى نعتبر أنها أساسية أيضا وهى التخطيط لإعداد الكوادر الفنية اللازمة لحركة الإعلام .

إن الإعلام أصبح علماً مستقلاً له فنونه وقواعده ويدرس في معظم جامعات العالم ومن الواجب تشجيع الشباب على الالتحاق بأقسام الإعلام في الجامعات العربية ووضع الحوافز اللازمة لخريجي هذه الأقسام كي غلأ بهم كل الفراغات والثغرات في الجهاز الإعلامي وإن ضاقت أقسام الإعلام عن تخريج الأعداد المطلوبة وجب توفير الإمكانيات اللازمة لتوسيعها لتستوعب الاحتياج . وتصبح مهمة التخطيط للتعليم العالي في مجالات الإعلام في الجامعات من الأولويات حتى لو اضطررنا لفتح أقسام جديدة للإعلام في الجامعات أو افتتاح أقسام جديدة للمسرح والتمثيل وعلوم السينما في معاهد عالية ^(١)

المهم هو أن تصبح مهمة التخطيط للتعليم المتخصص في مجالات الإعلام من الأولويات ، وإن نحسن إعداد المناهج العلمية والعملية لتدريب الشباب على استخدام وسائل الإعلام وتقنياته المتطورة حتى يصبح قادراً على التحدث بلغة العصر تقنياً وفلسفياً وحتى يكون متمكناً من التعامل مع آخر تطورات صناعة الإعلام وفنونه .

وتوفير الكوادر الفنية في مجال الإعلام بالصورة القائمة في جامعات العالم العربي يحتاج إلى وقفة موضوعية نعتقد أن هذا موضعها إذ لابد من إعلان أو التسليم بحقيقة أن ما يدرس في أقسام الإعلام في جامعاتنا العربية على مستوى مرحلة الإجازة الجامعية « بكالوريوس » غير كاف لإعداد رجل إعلام كفء ومؤهل وقادر على مسيرة هذا العالم وصناعته المعاصرة بشتى منتجاتها وتقنياتها لأن المقررات المنهجية مقصورة على التعرض لرؤوس الأقلام في الموضوعات العلمية المتخصصة في الإعلام دون تعمق وإدراك كبيرين وذلك لأن المقررات الجامعية الأخرى تتراحم مقررات الإعلام في الخطة الدراسية الجامعية لطلاب أقسام الإعلام .

من أجل هذا نعتقد أن خريجي هذه الأقسام لم يعطوا التدريب الكافي في الوقت الذي نحملهم فيه مسؤولية كبيرة في هذا المجال الحيوى والهام .

(١) بنى مؤخر وزراء الإعلام العرب في دول الخليج فكرة إنشاء أكاديمية لتلك الفنون في إطار تحقيق التعاون الخليجي في مجال الإعلام وزوجان تتقل الفكرة إلى حيز التنفيذ في اقرب وقت .

إننى من المؤيدين لأن لا تقبل أقسام الإعلام طلاباً في المرحلة الأولى للدراسة الجامعية وتركز اهتمامها على الدراسات العليا التخصصية في مجالات الإعلام على أن تختار الأقسام طلاب هذه الدراسات من جميع فروع المعرفة والعلم ثم تعددهم إعداداً مركزاً وعميقاً بالقدر الذى يسمح به الوقت المقرر للدرجة العلمية العليا التى ينوون الحصول عليها .. وفى هذا فوائد لعل من أهمها أن من يقدم على دراسة الإعلام يكون قد تكونت لديه خلفية علمية في أحد فروع المعرفة والعلم كما أنه يكون قد نضج علمياً وأصبح قادراً على الاستيعاب المتزن لعلوم الإعلام وإتقان صناعته وبذلك يكون متمكناً من فهم رسالته ومؤديها على خير ما يكون الأداء .

كما أن توفير الحوافز المالية والمعنوية لمن يتم إعدادهم من الكوادر الفنية أمر ضرورى حتى تقبل تلك الكوادر على عملها بشغف وتحمل مسؤوليتها بتفان ويكون عطاؤها مبدعاً وتضحيتها ثمرة ويصبح استشار الأمة فيها مربحاً .

إن معدل النمو المرجو في قطاع الإعلام أسرع بكثير من عملية إيجاد الكوادر الفنية الوطنية اللازمة وخاصة أن المستوى المطلوب عال . وهذه ليست في الواقع مشكلة الإعلام فحسب بل هى مشكلة كل قطاعات التنمية . وهى من أهم العضلات التى تقابل المخطط في الدول التى أغدق الله عليها من فضله فهى تود أن تضاعف معدل النمو الطبيعى ولكن تواجهها مشكلة إيجاد الكوادر الفنية التى تصبح في حد ذاتها مشكلة معقدة لرغبة الإنسان في الخلود إلى الدعة مع وفرة المال ، وما أفاء الله على الناس من خير . وهكذا فمع زيادة المال تأتى الرغبة في زيادة معدل التنمية وتأتى أيضاً الرغبة في الدعة .. خطان متعارضان .. ولا بد من حل لهذه المعضلة من أجل معدل للتنمية أفضل .

إن من الحلول المطروحة أمامنا لهذه المعضلة نعرضه على عجل الآن دون تفصيل هو عملية « التهجين الاجتماعى عن طريق الاستقطاب والهجرة » وليس في « التعاقد » وهذا موضوع يمس البنية الأساسية لنظم العمل في أوطاننا العربية ومستقبل التنمية فيها ويحتاج إلى دراسة وبحث نرجو أن يقوم به ذوو الاختصاص من المهتمين بهذه المشكلة في عالمنا العربى .

الإعلام العربي .. بين الحاضر والمستقبل

لى صديق يفيض إيمانا وحيوية ويشع حماسا وطموحا ويمتلئ إخلاصا وحرصا ... عرفته وعرفت فيه هذه الصفات وقد جمع معها واقعية نادرة وتفهما موضوعيا لمشكلات الحياة .

وهذا المزيج في الصفات - رغم ماقد يبدو في تلك الصفات من تناقض في الظاهر - جعل صديقى هذا متميزاً عندى عن باقى الأصدقاء فكنت أجد متعة في التحدث إليه وفي المناقشة معه لكثير من القضايا التى تنال اهتمامنا المشترك وكانت أفكاره في موضوعات شتى واضحة تارة وغائمة أخرى . كما أن له آراء محددة في أمور ومضطربة في أمور أخرى . وكان يقف أحيانا في مسار النقاش من قضية ما موقفا لا يتفق بالضرورة دائما مع موقفى منها ويصل به الأمر في بعض المواقف وكأنه يطبق معى مبدأ « خالف تعرف !! » .

وعلى الرغم من ذلك الاختلاف والتباين في الآراء والمواقف بيننا ، أحيانا ، كنت أعامله بأسلوب « اختلاف الرأي لا يفسد للود قضية » وكان هو سعيدا بهذا ، لأن حرصه على صداقتنا لا يقل عن حرصى على مودته .

... هذه المقدمة عن هذا الصديق أحسبها ضرورية كى يستطيع القارئ الكريم أن يتابع الحوار الذى دار بيننا حول حاضر الإعلام العربى ومستقبله .

وكعاداته في كل مرة ... سألتني ذلك الصديق بعد أن قرأ ما كتبت هنا عن الوظيفة الاجتماعية التي يجب على الإعلام العربي أن يحققها ليحقق بها فاعليته .. بل وجوده وكيانه... سألتني عن مقدار تفاؤلي بمستقبل الإعلام العربي على ضوء ماضيه وحاضره فأجبت الصديق :

ولكن ما فائدة التشاؤم على أى حال ؟ ! .

إن التفاؤل في الحياة أمر حيوى وهام ، وقد حثنا الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم على ذلك بسلوكه عليه الصلاة والسلام إذ صح عنه أنه كان ينهى عن التشاؤم ويجب القول الحسن .

ولتفاؤلي بمستقبل الإعلام العربي يا صديقى أسباب كثيرة لعل من أبرزها :

✽ عودة الوعي إلى ضمير الأمة بعد كل ما تعرضت له من غزو فكرى مركز على يد الغازين القادمين من وراء الحدود ، ورغم ما قاسته من انحرافات مذهبية مضللة على يد العاقين من أبنائها من داخل الحدود ... وعودة الوعي هذه تمثلت في يقظة المشاعر الدينية في النفوس وتعميق الإيمان في القلوب وانغمار الأحاسيس بالتقوى ..

.... والإعلام سوف يكون المعبر عن تلك المشاعر والأحاسيس وخادمها الأمين وسوف يلتصق بها ويمتزج معها وينصبغ بصبغتها إن أراد أن يكون فعالا ومؤثرا وما أظنه إلا راغبا في ذلك

✽ الهجمة الشرسة التى تشنها أجهزة الإعلام الموبوءة والمنحرفة والمشبوهة في الغرب الصليبي الحاقد ، وفي الشرق الشيوعى الملحد على العروبة والإسلام تنفيذا لرغبات الصهيونية ومخططها العالمى هذه الهجمة التى تتعرض لها الأمة وتستهدف عقيدتها وقيمها وثرواتها تركت ردود فعل لدى الإنسان العربى خاصة والإنسان المسلم على وجه العموم جعلته يعيد النظر في واقعه ويقيس تصرفاته بوحى من تصرفات الأمم الأخرى نحوه ...

.... والإعلام سوف يكون المدافع عن تراث الأمة وقيمها وسوف يكون الراصد لتحركات المهاجمين الشرسين ... الإعلام هو الذى يفضح مؤامراتهم ويهتك ستر مخططاتهم ويكشف زيفهم ويبين أباطيلهم .. الإعلام هو الذى سوف يرد الهجمة الحاقدة عن الأمة والمستقبل له بإذن الله .

✽ إن الأمة العربية والإسلامية تكون أكثر التحاما وتضامنا وتنسيقا عندما تشتد عليها الأزمات وتطوقها المصائب ولا أجد فترة من تاريخنا المعاصر أشد قسوة وأكثر ضراوة من الفترة الحالية فالشيوعية تلتهم بأسلحتها الفتاكة حدود المسلمين الشرقية في أفغانستان والغرب الصليبي يستخدم كل قواه للضغط علينا للاستسلام وإسقاط السلاح من أيدي المجاهدين منا .

.... والإعلام العربى وهو صوت الأمة المدوى فى الآفاق سوف يتفاعل مع عودة الوعي تلك ويتجانس مع تصرفات إنسانه نحو الأمم الأخرى ليشرحها ويبصر بها .. الإعلام سوف يكون حامل رسالة هذه الأمة وثقافتها وآدابها وهو جسرها إلى أمم الأرض الذى تعتبر عليه قضايها.

.... لهذا كله فان تطلعى إلى مستقبل مشرق للإعلام العربى له ما يبرره .

قال صديقى الذى مازال غارقا فى تشاؤمه :
ولكن الأمور تقاس ببداياتها « وليالى العيد تبان من عصرها !!» كما يقول المثل العامى ..

انظر إلى واقع الإعلام العربى وأنت تعرف ما ينتظره من مستقبل ... إن الاسباب التى ذكرتها والتى قد تبدو مقنعة لم تحرك ساكنا فما زال إعلاننا خاضعا لرد الفعل ... يترك للآخرين أن يأخذوا بزمام المبادرات لينقاد هو بدوره إلى ما يودون منه أن يفعله ... لا يقوم بفعل بقدر ما يكون صدى لأفعال الآخرين فمرة تراه ينفى وأخرى تراه يسكت .

.... انظر إلى واقع الإعلام من حولنا فهو اليوم ليس بأحسن حالا من الأمس ... ولن يكون مستقبله بأفضل من حاضره .. فهو مازال يوج بالشعارات ويمتلئ بالصيحات .. تتساقط الفراشات البريئة من حوله .. وتنهزم الأنفس الضعيفة بفعله .. وتعلثم القيم الفاضلة بتأثيره .. وتحلل المبادئ السامية بتشنجاته .

وفي هذا الخضم وذاك اللجج تصبح قضيتا الأولى .. قضية الإسلام .. قضية القدس والأرض السليبية في حيرة وتخط .. وتظل فلسطين المرحبة كبش الفداء .. فترى البعض يصر على تحريرها بالاستسلام والبيانات وقاعات منظمة الأمم المتحدة ومجلس الأمن الدولي . ويوجه إعلامه لهذه الغاية دون فعالية تذكر .. حتى لقد فقدت الكلمات معانيها والعبارات مضامينها والبيانات مدلولاتها . ولم يعد لها تأثير فقد ألفها المستمع وتعود عليها القارئ ومع ذلك فهي تلاك ليل نهار .. وتشر مع إطلالة يوم وغروب شمس .. ويفعل الإعلام في المجتمع العربي فعلته ويبقى الحال هو الحال وتظل النفس .. كسيرة القلب .. مشلولة الفكر بتأثير الإعلام الضال المضل .

... ذاك هو الواقع المر للإعلام العربي .. وتستطيع أن تقيس مستقبله على ضوء حاضره .

قلت لصديقي وأنا أحاول أن أخفف من وجع الواقع عليه :

أنت تصف لي الواقع وأنا أحدثك عن المستقبل .. أنت تنظر إلى الواقع بتشائم وملل وأنا أتطلع إلى المستقبل بطموح واستبشار .. إن في الواقع - رغم قسوة وصفك له - ومضات من نور ولحات من ضياء أراها في الأفلام الشريفة التي تغدق من فيضها على صفحات الصحف والمجلات وباقي أجهزة الإعلام العربي .. أجدها في المواقف الكريمة لرجال حملوا المسؤولية وتحملوا الأمانة فصدقوا ما عاهدوا الله عليه وجاء عطاؤهم خيرا لأمتهم وبرا بها .. إن الأمل المشرق في الوجه المؤمنة التي تعمل في بعض أجهزة إعلامنا يعيد الثقة بالمستقبل يوم يطابق إعلامنا الأشواق الروحية لأمته المتعطشة إلى كلمة حق تشر وموقف يطابق إعلامنا الأشواق الروحية لأمته المتعطشة إلى كلمة حق تشر وموقف اتعاظ يذاع وقصة للخير تعرض ودعوة للفضيلة تؤكد وحث على العطاء والتضحية من أجل التنمية وعلو البنیان .

... دعنا نقلب صفحات مشرقة من تراثنا لنرى كيف تعامل السلف مع قضية الإعلام في مجتمعهم لعلنا نستشف - نحن الخلف - منها العظات ونلتمس منها المواقف لنبصر بها إعلامنا ويزداد تفاؤلنا مع تبصيره ويشرق مستقبله .

دعنا نتصفح قصة للزبرقان بن بدر مع الحطيئة فسوف نجد فيها دلالة على التأثير البالغ والسادد للإعلام وكيف يمكن تحديد دوره في المجتمع لتتطابق أهدافه مع قيم الأمة حدث هذا يوم كانت للشعر دولة وكان هو الأداة الإعلامية السائدة حينئذ .

تقول القصة إن القبيلة المناوئة لقبيلة الزبرقان بن بدر أغرت الحطيئة أن يهجو الزبرقان بعد أن أحسن إليه وأكرمه وآواه .. فكتب الحطيئة قصيدة طويلة ضمنها هذا البيت :

دع المكارم لا ترحل لبغيته واقعد فإنك أنت الطاعم الكاسي

وقد كان تأثير هذا البيت على نفس الزبرقان كالحنجر المسموم فثار من أجله وماج .. وانظر الآن لو وصفت بهذا البيت أحداً .. ربما اعتبره مديحاً .. ولكن سبحانه الله .. لقد تغيرت قيم العباد ومفاهيم الخلق .

.... تقول بقية القصة : إن الزبرقان ذهب يشكو الحطيئة لأمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضى الله لينصفه منه .. فاستدعى أمير المؤمنين خبيراً في الشعر .. هو حسان بن ثابت رضى الله عنه وسأله :

هل هجاه ؟ .. فيقول حسان :
« نعم يا أمير المؤمنين ... لقد سلخ عليه »

.... فيأمر أمير المؤمنين بسجن الحطيئة لتخطيه بالقول القاسى والقذف على فرد من أفراد الأمة ويبقى الحطيئة في السجن مدة طالت عليه فكتب إلى عمر رضى الله عنه يستعطفه بأبيات من الشعر ليطلق سراحه ... لعل أبرزها قوله :

ماذا تقول لأفراخ بذى مرخ زغب الحواصل لاماء ولا شجر
أليت كاسبهم في قعر مظلمة فاغفر عليك سلام الله يا عمر

وتلين الأبيات الباكية قلب عمر رضى الله عنه فيعفو عنه ويطلق سراحه ولكن يقول له
محذرا :

« كأنى بك يا حطيئة عند فتى من فتیان قريش وقد بسط لك غمقة
وكسر لك أخرى وقال غننا يا حطيئة فطفقت تغنيه بأعراض
الناس .. »

يقول عبد الله بن عمر عمر رضى الله عنه فيما بعد :
« فما مر الزمان حتى وجدته » أى الحطيئة عند فتى من فتیان قريش
وقد بسط له غمقة وكسر له أخرى وقال غننا يا حطيئة .. فطفق يغنيه
بأعراض الناس .

فقلت له :
ألا تذكر قولة عمر ... ففزع وقال :
« والله لو كان حيا ما فعلت .. »

لأدري لماذا أريد أن استطرد في سرد قصة الحطيئة إلى نهايتها .. ربما لأننى كنت أرجو
أن يصل منها صديقى إلى قدر يسير يتعلق بما يجب أن يكون عليه الإعلام في المجتمع
والتدليل على دوره . وكيف يتفاعل مع واقع الأمة يعبر عما تتعاشيه من تصرفات وما تتطلع
إليه من قيم .

المهم .. أنتى وأنا أقص القصة للصديق المتشائم كما روتها لنا كتب الأدب من أجل
الاستمتاع أجد عبراً كثيرة فيها :

... أجد الفاروق عمر رضى الله عنه يعد بقطع السنة الذين يستخدمون أداة الشعر في
التجريح والتكيل الأدبى بالشرفاء من الناس فنراه رضوان الله عليه عندما أبكته
أبيات الحطيئة التى أرسلها له من السجن أمر بإحضاره وعندما حضر قال لمن حوله :

« آتوني الطست .. آتوني السكين »

فیرتعد الحطیئة متسائلا :

« ماتفعل یا أمیر المؤمنین ؟! »

قال :

« أقطع لسانك حتی لا تعود لمثلها »

فبکی الحطیئة واستعطف حتی عفا عنه أمیر المؤمنین .

قال صديقی وقد استمع إلى القصة باهتمام :

ولكن ماذا تريد أن تثبت ؟ قلت :

لقد كان الفاروق عمر رضى الله عنه حريصا على أن يضع العقاب الزاجر للألسنة السليطة التى تستخدم ما وهبها الله من قدرة على التعبير والبيان لتحطم به سمعة الشرفاء وتلوك الأعراض .. كأنى به رضى الله عنه وقد حدد بذلك العمل مع الحطیئة شروط المهنة .. بل أخلاقياتها وقواعد ممارستها .

لقد كان بيت الشعر الذى قاله الحطیئة في الزبرقان نوعا من الممارسة الإعلامية التى قد نجد فيها بعض أوجه الشبه من جزء من الواقع الذى أشرت إليه ولكن الفاروق رضى الله عنه ضرب لنا مثلا في منع ذوى الأهواء الشخصية والمغرضين من تلك الممارسة .

وإذا كانت القصة قد بينت لنا الدور المؤثر للشعر كأداة من أهم أدوات الإعلام ووسائل الاتصال في المجتمع العربى المسلم قديما ، فإنها أكدت سمات الخلق الإسلامى وكيف يجب أن يمارس في الإعلام ليؤدى وظائفه وتأثيره على قيم المجتمع ويعرف الحدود التى يتحرك فيها ؟ وإذا ما تحقق ذلك ... فأبشر يا صديقى بمستقبل وضاء لأمتنا على يد إعلامنا الملتزم .

قال صديقى وقد خفت حدة الشاؤوم ولاحت بعض بوادر الاقتناع على وجهه .

هذا صحيح .. ولكنى لا أجد الشبه بين الليلة والبارحة ...

قلت :

ألا ترى معى أن اللقاءات المستمرة والمنظمة بين القائمين على أمور الإعلام في وطننا العربى وما نراه من مظاهر التعاون والتنسيق بين الأجهزة العاملة في المجالات الإعلامية كفيل بتحديد المسار الصحيح والمنهج القويم إذا خلصت النوايا وصدق العمل واتجه إلى الله .. قلت ذلك لصديقى وتركته « نصف » متشائم بعد أن كان غارقا في التشاؤم وتمنيت لو أنتى نجحت في اقناعه تماما .



الضجج والسحر في الاعمى العزلي

إذا كان الشعر قد احتفظ بمكانته في مجتمعا المعاصر كأرق وسائل التعبير عن خلجات النفس ومشاعر الأفئدة ومخاطبة الضمائر ، فإن النثر المقروء أو المسموع ما زال يحتل المكانة الأولى من حيث التأثير الذي يتركه في المجتمع .

والكلمة - مثورة أو منظومة - تلعب على وجه العموم دوارها ما وخطيرا في إيضاح الحقيقة أو إخفائها ... بل وحتى دحضها أيضا .

... الكلمة تستطيع أن تصور الحق باطلا - ولو لفترة وتقدر أن تعيده إلى نصابه ولو بعد حين .

... الكلمة هي أسلوب التعبير عما يعتل به الخاطر وتتطوى عليه النفس ... وهي بليغة إن وضعت في موضعها ومؤثرة إن قيلت في وقتها ... وتضع قائلها في موقف لا يحسد عليه إن لم يحسن اختيارها .. أو لم يرد في الأثر :

« رب كلمة تقول لصاحبها دعنى »

... ليتنا نعى الحكمة وراء هذا القول ونتبصر لماذا لا يعلم إلا قليل منا وهم الحكماء بيننا كيف ومتى يكون الاستخدام الجيد والفعال للكلمة ؟ .. الحكماء هم أولئك الذين يعرفون التأثير الذي قد تتركه عبارات تطلق دون عنان ...

الحكماء منا هم أولئك الذين يستشرفون في أعماقهم قول الله تعالى :

« ألم تر كيف ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها
ثابت وفرعها في السماء ، تؤتى أكلها كل حين بإذن ربها ويضرب
الله الأمثال للناس لعلهم يتذكرون » .
« صدق الله العظيم »

يضعونها موضع التطبيق لتكون معيارا لما يقولون بعد أن بينت لهم الآية الكريمة معالم
الطيب من القول .

وهم الذين يتلمسون في قول الرسول المعلم محمد بن عبد الله صلى الله عليه
وسلم :
« وهل يكب الناس في النار على وجوههم إلا حصائد ألسنتهم »

نيراسا يهتدون به في ظلمات الخبيث من القول وفتن الحديث .

ويبدو أن ارتفاع الأصوات بالكلمات عند التحدث أو النقاش أو المجادلة غدا ظاهرة
تخص شعوب العالم المتخلف أو من يسمونهم تأدبا بالشعوب النامية - دون سواهم من
شعوب الأرض .. ويبدو أن أمتنا العربية أكثر تلك الأمم تعلقا بهذه الظاهرة وتمسكا بممارستها
حتى كادت أن تصبح صفة من صفاتها وكأنها لا تجيد الحديث بصوت منخفض .

.... ترانا كأفراد وحتى كدول نختلف بصوت مرتفع . وإذا اتفقنا فبصوت منخفض ..
ظاهرة غريبة تستحق التأمل وتستوجب إعادة النظر حتى يمكن الاستفادة منها واستخدامها
في جمع الكلمة بدلا من الفرقة ولم الشمل بدلا من التشتت .

إن ظاهرة الصوت المرتفع تبدو واضحة خارج الحدود عندما تختلط شعوبنا بشعوب العالم
المتقدم فأنت إذا سمعت في مكان هادئ أصواتا مرتفعة تتجادل أو تتحاور أو حتى تتحدث

فلا تتدهش إذا اكتشفت أن أهل هذه الأصوات من أبناء الشعوب النامية كما أن احتمال أنهم عرب وارد .

واختلافنا بصوت مرتفع ليس له في حقيقة الأمر سبب مقنع حتى وإن كانت البيئة تقتضى رفع الصوت والخلفية الاجتماعية تشجع عليه إلا أن العقيدة الدينية لا ترتضيه ولذلك فإن من يبحث بشئ من الروية والموضوعية والعمق في ملاسبات صراخنا كمظهر من مظاهر الخلاف بيننا يرى عجباً .. فالأمر لا يخرج عن أننا نتكلم أكثر مما نسمع . ومن يتكلم أكثر مما يسمع لن يجد دائماً من يستمع إليه وسوف يستنزف كل طاقته في الكلام وقدرته فيه فيكون الكلام بديله عن العمل المثمر والعطاء المنتج والفعالية الرائدة .

ويبدو أن إعلامنا اكتسب صفات شعوبه فعلاً ضجيجيه وارتفع صوته وقد يسأل سائل وما وجه الغرابة في ذلك ؟!... الضجيج العالى والصوت المرتفع من سمات الإعلام الحديث ..

ولا اعتراض على هذا القول إذا كان ذلك الضجيج والصوت الإعلامى المرتفع يقع ضمن منهج واضح وخطة مرسومة تهدف إلى قول الحق والجهر بالصدق فنلك غاية الإعلام وذاك مبرر وجوده .

... لا اعتراض لنا أن يرفع إعلامنا صوته بأعلى طبقاته وبشتى وسائله وأساليبه إذا كان ذلك لدفاع عن قضايا أمتنا العادلة والسعى إلى ضمد الجراح وجمع الشمل وحفز الهمم والارتفاع بالأداء وشحذ الفعاليات من أجل التطور والنماء .

وما أحوج أمتنا إلى العمل الجاد الصامت ! وهى الغنية بالمواهب والثرية بالحكماء وما أعظم إعلامنا لو انحاز لهذه المهمة وشارك في العبء وتحمل المسؤولية !.

أتصور لو أن نصفنا سكت بحكمة وعمل بجد ، لكننا من شعوب العالم المنتجة ولأصبحنا أمة فعالة حتى وإن ظل النصف الآخر يتكلم دون أن يعمل .

... عندما تعرض « ريتشارد نيكسون » رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأسبق لزوبعة الفورة الطلابية ودواماتها أثناء انغماس أمريكا في حرب فيتنام في أواخر الستينيات وارتفعت مع تلك الفورة أصوات علا ضجيجها .. لم يجد بدا من اللجوء إلى الصامتين من بنى قومه ممن أساهم بالأغلبية الصامتة .. اتجه اليهم لشرح مواقفه من سحب القوات الأمريكية من فيتنام وتصفية الحرب .. وقد كان ذكيا بحق عندما فعل ذلك فقد استطاع استغلال سكوتهم ليتغلب على هرج ومرج الطلاب .. ونجح في أن يستقطب الوضع لصالحه وصالح حزبه رغم النهاية المشينة - من وجهة نظر الشعب الأمريكي نفسه على الأقل - التي وصل إليها ذلك الرئيس الأمريكي لأسباب داخلية معروفة .

والإعلام يحترف الكلمة بشتى صورها والعاملون فيه هم صناع الحرف والمتكلمون به ومقدرتهم على القول كبيرة ويستطيعون عمل المعجزات لو أنهم طوعوا مواهبهم واستخدموا طاقاتهم في النافع من القول .

... الكلمة هى وسيلة الإعلام الأولى وحرفته ، لذا فإن تأثيرها على العقول أقوى وفعاليتها في النفوس أعمق ولا بد أن توزن بموازين الحكمة والفكر الناضج قبل أن تقال أو تنشر أو تسمع .

إن من السهل أن نتبين تأثير البيان وأثر البلاغة على السامع والقارئ في أى لون من ألوان المعاشية بين البشر وليس أبلغ في التدليل على ذلك من قصة من التراث روتها كتب الأدب العربى لعل من المناسب سردها لنستروح عقب النبوة وصفاء الحكمة وعمق الرشاد .

تقول القصة كما رواها « ابن عباس » رضى الله عنه أن الزبرقان بن بدر وعمر ابن الأهتم قدما على رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال الزبرقان يقدم نفسه لرسول الله:

« يا رسول الله ، أنا سيد قميم ، والمطاع فيهم ، والمجاب منهم ، آخذ لهم بحقوقهم ، وأمنعهم من الظلم ، وهذا يعلم ذلك .

مشيرا إلى عمرو بن الأهتم :

فوقف بن الأهثم وقال :
« أجل يارسول الله . إنه مانع لحوزته مطاع في عشيرته ، شديد
العارضة فيهم . وسكت »

فلم يعجب الزبرقان ما قاله ابن الأهثم فوقف فقال :
« يار رسول الله . أما إنه والله قد علم أكثر مما قال ، ولكنه
حسدنى شرفى ! »

فغضب ابن الأهثم ، من رفيقه الزبرقان ، وعاد إلى الوقوف مرة ثانية ، وقال :
٠٠١ « يارسول الله ، أما لئن قال ما قال ، فوالله لقد علمته ضيق العطن » أى
بخيلا (زمن المروءة (أى بالى) ، أحق الأب ، لثيم الحال ، حديث الغنى « وجلس !

وبسبب تناقض كلام عمرو بن الأهثم بين يدى الرسول عليه أفضل الصلاة
وأزكى التسليم ، وانتقاله من مديح الزبرقان إلى هجائه في جلسة واحدة بدت علامات
عدم الرضا واضحة على وجه رسول الله صلى الله عليه وسلم ، وفهم ذلك كل من
كان في مجلسه وأتجهت الأنظار إلى ابن الأهثم فسارع إلى القول :
« لا تغضب يارسول الله .. والله لقد رضيت فقلت أحسن ما
علمت .. ولقد غضبت فقلت أسوأ ما علمت .. والله ما كذبت فى
الأولى ولقد صدقت فى الثانية »

فتهلل وجه رسول الله صلى الله عليه وسلم ، وقال كلمته الماثورة الخالدة التى
ذهبت مثلاً :

« إن من البيان لسحرا ! »

... وحفا إن من البيان لسحرا .. فللنفس البشرية جنابات مختلفة وزوايا متعددة يستطيع
المصور البارع أن يلتقط صورته من جانب من جوانبها وزاوية من زواياها فيركز بذلك على

طبع في الإنسان أو خلق فيه فيبدو التركيز لسامع أو قارئ أو مشاهد على الطبع أو الخلق الذي ركزت عليه آلة التصوير .. والأمر من قبل ومن بعد يعتمد على حسن فطنة السامع أو القارئ أو المشاهد وأمانة المصور .

تلك هي النظرة الجزئية للإعلام ووجه الشبه كبير بين عدسة المصور ووسيلة الإعلام إذ يبدو الإعلام في نظره الجزئية وكأنه يقوم بدور المصور فيلتقط زاوية من زوايا موضوع ما ويركز عليها تركيزاً شديداً ، ويغفل نقاط الضعف في الموضوع أو يهون من شأنها حتى يملك على المشاهد كل نفسه ومشاعره فلا يرى في الأمر إلا مظاهر القوة بكل أبعادها كقصة الأعمى مع الفيل التي روتها لنا جداتنا ونحن صغار فقلن :

« إن الناس قد طلبوا من مجموعة من العميان أن يصفوا لهم الفيل .. فلما تحسس العميان الفيل تخيله كل منهم خيالا خاصا فجاء وصفهم متباينا مختلفا ... فقد جمع كل منهم إحساساته وصنع منها فيله الخاص .. فجاءت الفيلة في وصفهم عجا من العجب فانظر إلى فيل بقرة وانظر إن شئت إلى فيل جمل .. ولكن فيل الحقيقة لم يصبه أحد .. لقد قصرت الأحاسيس الجزئية عن إدراكه »

إن من المؤثر حقا أن تلك النظرة الجزئية أصبحت الوسائل الثابتة للإعلام في عصرنا ومن أظهر سماته . والنظرة الجزئية هذه لا تعنى بالضرورة الكذب البواح في وسائل الإعلام ولكنها تتحدث عن ظاهرة « السحر » في الإعلام كما عبر عنها رسول الله صلى الله عليه وسلم .

فمن السحر أن يوهم السحرة الناس بشيء ما فيركز الناس أبصارهم على زاوية بعينها ويتحدد تبعاً لذلك التركيز انطباع لديهم يريد السحرة أن يستقر ويرسخ ويصبح هذا الانطباع كبيراً بحيث يغفر لكل جوانب القصور في الموضوع .

دعونا نضرب مثلاً من واقعنا المعاصر ..

في بداية الستينات كانت وسائل الإعلام المصرية تبذل جهدا فائقا في التركيز على الزوايا الحسنة في مشروع السد العالي وأغفلت تماما النواحي السيئة هندسيا واقتصاديا للمشروع بحيث أصبح الرأي العام في مصر آنذاك لا يرى إلا الجانب الحسن من هذا المشروع والآن بدأت النواحي السيئة تظهر وعاد الحديث عنها بصورة علنية ... ليس هذا فقط بل اتضح أنه كان هناك من الأساندة وخبراء هندسة السدود من كتب للدولة ينصحها ألا تقدم على هذا المشروع نذكر منهم على سبيل المثال الدكتور « على فتحى » عميد كلية الهندسة الأسبق بجامعة الاسكندرية ولكن سحرة الإعلام أغفلوا كل هذا ليحملوا الناس على الإيمان بالمشروع الجديد .

هذه النظرة الجزئية إن لم تُنق من الكذب البواح ، فإنها تصبح نظرة مرضية نجد أن من الواجب على إعلامنا العربى أن يتحاشاها ما وسعه الجهد ولا يجارى فيها الإعلام في العالم الغربى حيث يتميز ذاك بظاهر السحر التى تصل إلى حد الافتراء بفعل التأثير الصهيونى عليه . وعلى إعلامنا أن يستبدلها بنظرة وظيفية فعالة صادقة وصحيحة . إذ أن النظرة الوظيفية في الإعلام صحيحة ولا غبار عليها .. وإسقاطها على حياتنا العادية يكون في اعتقادنا مجاريا للمثل التالى :

« إذا سألك أحد رأيك في فلان من البشر فعليك أن تستبين منه الهدف من سؤاله عنه .. فربما تبين لك من خلق فلان هذا ما يحقق الهدف الذى يسعى إليه السائل أو الوظيفة التى يريد لها إذ ربما عرفت الرجل ذكيا ولكنه جبان فهو يصلح لأمر ولا يصلح لآخر » .

إذا فالتركيز هنا يكون على خاصية تتعلق بصلاحية أمر ما لمهمة معينة وهذا شئ مشروع لا غبار عليه وعلى إعلامنا العربى أن يؤكد .

إن توظيف الإعلام لخدمة أهداف الأمة يسبقه عادة إعداد من الأمة لقائمة أولوياتها في الحياة ليسير الإعلام في نظره الوظيفية مواكبا لها وليتحرك بوسائله المتنوعة في إطارها فيأتي التركيز محققا للأهداف ويصبح الإعلام فعالا ومشرا .

ليت إعلام أمتنا يبصر واقعها ويتبصر فيما يعود عليها بالنفع والفائدة فلا يستبدل الذي هو أدنى بالذى هو خير ... ليته يستغنى عن صراع الشعارات بحوار الأفكار فالاختلاف بين الأمرين واضح ... ليته يدرأ فتن الشعارات بحوار الكلمة الطيبة ونضوج الفكرة الهادية وسماع الرأى المخالف حتى يتضح الحق ويستبين الصواب والله وحده الهادى إلى الطيب من القول وإلى صراط حميد .



الاعلام .. موقف

لا أدري لماذا أستهل حديثي في هذا الموضوع بذكر قصة من التراث تقول إن عربيا تباهى يوما بسهمه الذى يملكه ، فقال : إنه أرسله مرة في أثر ظبى شارد فما زال الظبى يروغ والسهم يروغ وراءه والظبى ينزل والسهم ينزل خلفه والظبى يصعد والسهم يصعد في أثره حتى أدركه أعلى الوادى فأرداه ...

هذا « الفشار »^(١) العربى القديم لو قال هذا الكلام اليوم لربما وجد من يصدقه ... فالصواريخ الموجهة بنظم التحكم تروغ وراء الطائرات وتروغ منها الطائرات ... ولا تزال هذه تروغ والصواريخ تروغ وراءها حتى تنجو الطائرات أو تدركها الصواريخ في مقتل هذه إذن قصة محتملة التصديق في عصرنا الحديث .

ولكن « فشارنا » القديم كان يطلق « فشرته » غير مستح أن يكذبه الناس .. ولا ضير عنده أن يعرف بالكذب عند العقلاء ويتندر به الغلمان .. ولا ضير عنده أن يتضجر من قولته تلك معظم قومه ولا يصدقه منهم إلا المعتوهون والمجانين .

(١) لم نجد في « لسان العرب » لابن منظور ما يشير إلى عربية هذه اللفظة رغم شيوع استعمالها في اللهجات العربية الدارجة ومع ذلك أترنا استخدامها لأن المعنى الذى تعطيه عميق والمفهوم الذى تعكسه واسع فالفشار هو ذلك الإنسان الذى يظل يكذب بمبالغة وتضخم حتى يصبح التضخم والمبالغة عادة متأصلة فيه .

ولكن لماذا أستهل حديثي عن « الإعلام .. موقف » بهذه القصة من التراث؟! ربما لأننى أردت أن أدلل بها أن حلم الإنسان المغرق في الخيال أصبح حقيقة وأن أدلل وأن الحضارة المعاصرة بتقنياتها المتقدمة ومعدات المتطورة أصبحت قادرة على مجازة الخيال بل إنها في سباق رهيب مع الخيال .. فلم يعد هناك في ساحة العلم والتقدم التقنى متسع لمستحيل إذا اقتضت إرادة الله تحقيقه .

والإعلام بتقنياته ومحتواه جزء من حضارة العصر وحقيقة تلعب دوراً هاماً وخطيراً في مجريات أحداث العصر .

ولقد تحدثنا عن السحر والضحيج في الإعلام من قبل ، ولكننا لم نتحدث عن « الفشر » والكذب والمبالغة والتضخيم وما يشتق منها من مترادفات وصفات تكاد تصبغ معظم الإعلام في بلاد العالم الثالث إلا ما رحم ربي .

الفرق بين السحر والكذب في الإعلام بين واضح فظاهرة السحر في الإعلام ظاهرة معقدة وتحتاج إلى معرفة وعلم ... وأهل الغرب قادرون على ذلك مجيدون له ولهم القدر المولى في علوم النفس والاجتماع حيث استخدموها استخداماً مبنياً في الإعلام وجعلوها أداة طبيعة بحيث توجه في يسر عجيب ملايين الناس إلى حيث يريد السحرة من وراء ستار .

ولكن هذه القدرة العجيبة لا تملكها أجهزة الإعلام في العالم الثالث ... ولذلك فكثير من إعلام العالم الثالث فج في وسائل « الفشر » والكذب وغلظ في طريقة التضخيم والتهويل بحيث يظهر لأى عاقل ما تبثه تلك الوسائل على حقيقتها « فشراً » وكذباً وتضخماً وتهويلاً .

أذكر عندما كنا طلبة ندرس في الخارج في أوائل الستينات من القرن الميلادى الحالى كيف استطاعت بعض أجهزة الإعلام العربية الدؤوبة أن تمثل لنا أفكاراً غريبة عنا برزت وعقائد دخيلة علينا وفدت وأعمالاً وإنجازات تحققت في تلك الفترة على أنها قمة الحضارة

والتطور وأنها الأمل المرتقب للخلاص من التخلف . والحق لقد استهوت تلك الدعايات المكثفة الكثير ونفخت فيهم روح العزة نفخا عظيما .. حتى إذا أدركت من نفوسهم وعواطفهم مبلغا عظيما ذهب كل شئ في لمح البصر وتحطمت نفوس عشقت السراب وضاعت آمال بنيت على الوهم .. وولت قصور أنشأها أصحابها على الرمال

إن عمر الكذب قصير .. والصغار سيكبرون ويعرفون الحقيقة وهذا ما كان .

إن على المتصدين للعمل الإعلامي العربى صياغة وبرجة وتنفيذا أن يدركوا انعكاسات الكذب والتضخم والتهويل على نفوس الأمة وما قد يترتب على ذلك من فقدان الثقة وخيبة الأمل وضياح المصير .. وعليهم أن يدرسوا تاريخ الإعلام العربى المعاصر ويستشفوا منه العظات ويتعلموا منه المواعظ .

... وقضية الإعلام تتلخص فى موقفين أخلاقيين :

... موقف يتعلق بصاحب الدعاية ورجل الإعلام .

... وموقف رجل يتعلق بالسامع والقارئ والمشاهد .

... فموقف رجل الإعلام الصادق ألا يزكى نفسه ولا شعبه ولا حكومته بما ليس فيها ولا يضخم إنجازات قومه ويكبرها ويضخم مساوىء غيره من الشعوب والمعارضين ويقول فيهم ما ليس منهم فى شئ .. الأصل أن يقول للناس حسنا .. وهل من الحسن الكذب والخداع والتضخيم والتهويل ؟ .

... هكذا ترى يا أخى القارئ أن الإعلام .. موقف أخلاقى أولا وآخر .. وموقفنا نحن المسلمين هو موقف الإسلام : لا كذب ، لا افتراء ، لا سخرية ، لا همز .. ولا لمز . لا تطيف ، لا تقول ، لا إزدراء .

... كل قاموس الأخلاق الإسلامى هو قاموس الإعلام الإسلامى وغير ذلك باطل وممجوج .

هذا موقف رجل الإعلام من الإعلام .

إما موقف السامع والقارئ والمشاهد منه فهو القاعدة القرآنية الرائعة
« ولا تقف ما ليس لك به علم إن السمع والبصر والفؤاد كل أولئك
كان عنه مسؤولا »

صدق الله العظيم

إذن فالإسلام لا يعترف بمتلق لا وعى له .. يصدق كل ما يقال له ويسمعه دون تفكير ..
إن الانسان مسؤول عن حواسه جميعا .. مسؤول ألا يَقْفُو أثر أشياء حتى يتبينها ومسؤول
أن يحسن السمع والبصر والفؤاد .

هذه قضية أساسية في العقل المسلم اليوم الذى تأمره عقيدته أن يكون متبصراً بخطوه
حريصاً على سماعه مستيقناً من فؤاده ...

فإذا نسى الإنسان المسلم موقفه كرجل إعلام أو كمتلق لرسالة الإعلام فلا بد أن تقع
الكارثة ويصبح الإعلام نارا تحرق ومعولا يهدم حيث أرادته الأمة نورا يضيء وسواعد تبني .



.. وبعده

... وبعد فقد كان لا بد أن نصل بهذا الكتاب إلى خاتمته ونصل بأفكاره إلى نهايتها وإن كان لنا قول يضاف أو فكرة توضع أو كلمة تسمع فلعلها تكون في موقعها هنا عند الختام .

... إن كان لنا قول يضاف إلى ما سبق فإنه قول ينبع من الضمير وينبثق من القلب إلى كل من تحدّثه نفسه التخصص في الإعلام كعلم وفن وصناعة أن يتقى الله في نفسه وأن يتبصر أمر أمته وأن يقسم بالله وحده أن يقول للناس حسناً وأن يراعى أمانة الكلمة وصدق الحديث ولفظة اللسان في كل ما يكتب ويقول .

... نقول لكل من تخالجه نفسه أن يعمل في حقل الإعلام وينغمس فيه أن عليه عباً ومسؤولية في المحافظة على شرف الأبرياء من أن يهان بكلمة أو يخدش بلفظة أو يشوه بافتراء .

... نقول لكل من وقف نفسه لخدمة أمته من خلال وسائل الإعلام مسؤولاً فيها أو متعاوناً معها أن يوظف قلمه للدفاع عن الحق وصور العقيدة والمحافظة على قيم الإسلام ومبادئه فلا يسمح لنفسه أن يتطاول على غيره ولا يسمح لغيره أن يفترى على أمته ويمس كيانه في القول والعمل .

ذاك هو القول ...

أما الفكرة فإنها مهداة إلى الأقسام العلمية المتخصصة لتدريس الإعلام في جامعاتنا وهي الأمانة على القيم والمسئولة عن تربية النشء بخلق والتزام

.... الفكرة هي أن تضع تلك الأقسام خططها العلمية ومناهجها الدراسية في الإعلام علماً وفناً وصناعة على أسس واضحة وقواعد ثابتة تأخذ من عقيدة الأمة زاداً لها على السير في دروب العلم ومن القيم الصالحة للأمة عوناً لها على صقل المناهج ، ومن أخلاق الإسلام نبراساً لها على غرس الخلق السليم والتفكير المستقيم في نفوس الدارسين ليصبح الخريج منهم عنواناً ناصعاً للقيم ومثالاً واضحاً للأخلاق وموقفاً صامداً مع الحق .

... نهدى تلك الفكرة إلى الأقسام العلمية المتخصصة في تدريس الإعلام في جامعاتنا ونحن نعلم أن من السهل تنفيذها لأن الإعلام هو أحدث العلوم الاجتماعية المعاصرة على الإطلاق وأكثرها قابلية للتطور والتشكيل وتلك فرصة ثمينة ومناسبة جيدة لأساتذة الإعلام العرب المتخصصين أن يدلوا بدلوهم في بئر الخيرات ويسهموا بفكرهم برشاد المؤمن وبصيرة الملتزم لتذكرهم الأجيال القادمة أنهم ركزوا علم الإعلام المعاصر في جامعاتنا العربية على أسس صحيحة وقواعد سليمة ليصنوا بذلك للأمة قيمها ويحافظوا على أخلاقها ويعززوا مكانتها بين الأمم كخير أمة أخرجت للناس .

وتلك هي الفكرة ...

أما الكلمة فإننا نود أن يسمعها قادة الإعلام والمسؤولون عنه في العالمين العربي والإسلامي .

... كلمة نتجرأ بها عليهم جرأة حق في سبيل الله نرجو أن يعيروها اهتمامهم .

... كلمة نقول لهم فيها إن الإعلام بوسائله الحديثة المتقدمة قادر على أن يعلم المجتمع ويشقف النشء ويثبت القيم الصالحة ويركز الخلق المستقيم ويعين على الحق ويزهق الباطل .

فأفسحوا له المجال ليقول للناس حسنا . ووجهوه الوجهة الصحيحة لخدمة العقيدة وترسيخ الإيمان وتأكيد القيم وتأسيس الأخلاق .

أفسحوا المجال للإعلام ليحبذ العمل المنتج ويحببه في النفوس ويستثير الطاقات العاملة والعزائم القوية ويدعو إلى بذل الجهد ومضاعفة القدرات وإحياء الهمم من أجل البناء الصحيح والتنمية الواعية والتقدم المتبصر والتطور المتزن .

أفسحوا المجال للإعلام لقول الحق والهدى والرشاد ففي ذلك تأسيس لدعوة الخير وتأكيد لرسالة الإيمان .

إنكم إن أفسحتم المجال للإعلام ليؤدي هذه المهام ويقوم بتلك الوظائف فإنكم تكونون بذلك قد أدبتم الأمانة وبلغتم الرسالة ونصحتم أمتكم .

ولا أخالكم إلا فاعلين كان الله في عونكم وسدد على طريق الخير والرشاد خطاكم .



الملاحق

المُلحق رقم ١

مِشاق الشرف الإعلامي الإسلامي

صدر عن مؤتمر الإعلام الإسلامي الأول بجاكرتا ^(١) مِشاق الشرف الإعلامي الإسلامي ، يلتزم به الإعلاميون المسلمون في نطاق عملهم ، وهو مكون من أربع مواد :

المادة الأولى :

الالتزام بترسيخ إيمانه بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية ، وبالعامل على تكامل شخصيته الإسلامية ، وبتقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية ، وبتبيين واجباته له تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية .

المادة الثانية :

يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين ، ويدعون إلى التحلي بالعقل والأخوة والإسلامية والتسامح في حل كل مشكلاتهم ، ويلتزمون بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله ، والعنوان في شتى صورة والحركات الفاشية والعنصرية ، وبمجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني وأشكال القمع والقهر التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب

(١) دعت إلى هذا المؤتمر ونظمت اجتماعاته رابطة العالم الإسلامي - وعقد في الفترة من ٢١ - شوال إلى ٢٥ منه سنة ١٤٠٠هـ الموافق ١

- ٥ أيلول « سبتمبر » عام ١٩٨٠ م .

الفلسطينى والشعوب العربية ، وباليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام .

المادة الثالثة :

يلتزمون بالتدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقيمها ومقدساتها ودرء الأخطار عنه ، وبأداء رسالتهم في أسلوب عف كريم حرصاً على شرف المهنة وعلى الآداب الإسلامية ، فلا يستخدمون ألفاظاً نابية ، ولا ينشرون صوراً خليعة ولا يتعرضون بالسخرية والطعن الشخصى والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن ونشر الشائعات وسائر المهاترات . وبالامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة أو يوحى بالانحلال الخلقي ، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار ، أو يبعث الرعب أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ، وبالامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجارى في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية .

المادة الرابعة :

يلتزمون بنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها ببعض ، والاهتمام بالتراث الإسلامى والتاريخ والحضارة الإسلامية ومزيد العناية باللغة العربية والحرص على سلامتها ونشرها بين أبناء الأمة الإسلامية وبالمختصين بين الأقليات الإسلامية ، وبإحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية لاسترجاع السيادة التشريعية للقرآن والسنة ، ويتعهدون بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفى مقدمتها القدس وكافة الأقطار العربية المضطهدة ، ويلتزمون بتثبيت فكرة الأمة الإسلامية المنزهة عن الإقليمية الضيقة ، والتعصب العنصرى والقبلى واستنهاض الهمم لمقاومة التخلف فى جميع مظاهره ، وتحقيق التسمية الشاملة التى تضمن للأمة ازدهار والرقى والمناعة .

الملحق رقم ٢ إحصاءات ثقافية

لأن الإعلام والثقافة صنوان لا ينفصلان في المسيرة الحضارية للأمة ولكي يحقق هذا الكتاب هدفه فقد كان لزاماً أن نعطي القارئ الكريم نبذة عن النشاط الثقافي في العالم العربي في صورة إحصاءات رقمية بعد أن عرضنا لقضية الإعلام فيه بغية أن نوضح الإطار الثقافي العام المصاحب لمسيرة الإعلام العربي .

وأن هذه الإحصاءات أحدث ما هو متوفر عن العالم العربي ، والذي استطاعت أيدينا أن تصل إليه ، وبهمنّا أن نعطي هذه الإحصاءات مؤشرات عن الواقع الثقافي في العالم العربي . ونأمل أن تحوى الطبعة القادمة من هذا الكتاب - إن أذن الله بها - إحصاءات أكثر حداثة تكون قد توفرت .

المصدر * :

د/ هشام بوقمره - التطور الثقافي في الوطن العربي دراسة تحليلية مقارنة -
١٩٧٩/١٩٨٠م - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم إدارة الوثيق والمعلومات .

* لمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى المصدر .

قطاع الاذاعة والتلفزيون ١٩٧٩ م - ١

ملاحظات	السعودية ^٢	السودان	ليبيا	الأردن	الاقطار
١ - الحساب					<u>البيانات :</u>
بالمليون					<u>أ - الإذاعة :</u>
٢ - المقصود		٦	١		١ - عدد أجهزة
الحجم الصافي					الراديو ^(١) .
السنوى للبث		٦ ^(٦)	٢٥	٤	٢ - عدد محطات
٣ - سواء	٢				الإرسال
كانت محلية أو		٦٤١٠	٨٨٢٠	١٢٦٠٠	٣ - الحجم الصافي
أجنبية	٢٤٧٠٤ ^(٩)				للبث ^(٢) .
٤ - في الضفة					٤ - توزيع البرامج
الشرقية فقط		٥٢			- برامج تعليمية
٥ - من	١٥,٤% ^(١٠)	١,٥٦٠			- برامج إعلامية
البرامج المبثّة	٣٧,٦%	٥٣٣			- برامج ثقافية
٦ - تضاف	١١%	٣٥٦١			- برامج ترفيهية
إليها محطة جوبا	١٦%	١٢٤٦			- برامج دينية
الموجهة للأقليم		٣٠٠			- برامج الطوائف
الجنوبى		١٥٦			- إعلانات
٧ - أرسلت		١٠٤	٦٤٨	٢٠٠٢	٥ - حجم التبادل
إلى الجامعة					السنوى
العربية لأغراض					ب - التلفزيون :
التبادل الثقافى		١	٠,٣٣٠	٠,٢٥٠ ^(٤)	٦ - عدد
٨ - المعلومات					الأجهزة ^(١)
مستقاه من					٧ - عدد القنوات
كتاب السياسة	٥	٣	٧	٢	٨ - الحجم الصافي
الثقافية فى					للبث ^(٢)
المملكة العربية	٢٥٧١	٢١٣٢	٢٦٤٢	٤٢٨٩	

قطاعا لإذاعة والتلفزيون ١٩٧٩ م - ٢

ملاحظات	السعودية ^(٤)	السودان	ليبيا	الأردن	القطار
السعودية الصادر	١٥%	٤٦٠		٢١٤	٩ - توزيع البرامج
عن اليونسكو		٣٠٤		٤٢٩	- اخبارية
عام ١٩٨٠ م		١٠٤		٢١٧	- اجتماعية
وهي تتعلق بعام					- ثقافية
١٩٧٩ م				١٦%	- اطفال رضاغة
٩ - يشمل				٤٣٣	- شاب
الإحصاء	٢٥%	٣٦٤		٢٦٩	- دينية
البرنامج العام :	٢٢%	٧٠٦		٣٠	منوعات ترفيه
١٤٤٠٠		٢٦		٧٨	- وثائقية اعلانات
- - إذاعة	١٥%			٦١	- افلام
نداء الإسلام					ومسلسلات عربية
٦٠٠					- تعليمية وتربوية
- إذاعة	٦%			١٠٩٢	- مسلسلات
القرآن الكريم				٧٠٧	أجنبية
٨٧٠٠					١٠ - حجم التبادل
- البرنامج			٣٦١	٤١,٤%	السنوى
الأوربي ٣٩٠٠					
ولم تحمل					
على البرامج					
الموجهة					
١٠ - تتعلق هذه					
النسب بالبرنامج					
العام فقط					

الصحف اليومية ١٩٧٩ م

الأقطار	السعودية	الإمارات	السودان	الأردن	ملاحظات
البيانات :					
الصحافة اليومية					
١ - عدد الصحف	١٠	٧	٣	٥	١ - من إجمالي الصفحات الأسبوعي وعلى وجه التقريب .
٢ - صفتها					
- سياسية	١٠	٧	٢	٥	
- جامعية					
٣ - لغتها					
- عربية	٨	د(٢)	٢	ع(٢)	
- أجنبية	٢	٢	١	١	
٤ - صفتها					٢ - تخصص كلها ملاحق ثقافية أسبوعية بحجم ٤ - ٨ ص .
- حكومية				٣	
- خاصة	١٠	٧		٥	
٥ - إجمالي صفحاتها اليومية	١٦٦		٢٦	٦٦	
٦ - الملاحق الثقافية عددها إجمالي مساحتها	٣٢-٦٤(١)	٣٠-٤٠(١)	١٦-١٢	١٦-٣٢	
٧ - إستيراد الصحف من أقطار عربية من بلدان أجنبية	٣٣٠		١١	٦٤	
٨ - المؤسسات الصحفية عددها حكومية خاصة	٣٠٠		٦	٥٠	
			٥	١٤	
	١١	٣	٣	٤	
	١١	٣	٣	٤	

الدوريات ١٩٧٩ م

الأقطار	السعودية	سورية ^(٢)	الإمارات	السودان	الأردن	ملاحظات
<u>بيانات</u>						
عدد الدوريات دوريتها :	٤٧ ^(٥)	٤ ^(٣)	٢٧	١٥	٤٨	١ - تشمل الربع
- أسبوعية	١١		٣	٦	٥	سنوية والنصف
- نصف شهرية	-	١	٢			سنوية والتي تصدر كل شهرين .
- شهرية	١٤	١	١٧	٣		
- فصيلة	١٣	٢	٣	٤		
- سنوية	١					
<u>ثقافتها :</u>						
- سياسية	٨		١١		٣	٢ - إحصائية خاصة بالمجلات التي تصدرها وزارة الثقافة والإرشاد القومي .
- ثقافية / إجتماعية	١٢	٤	٣	٩	١٨	
- دينية	٢		١		٢	
- مختصة	١٩		١٢	٣	١٠	
- سياسية / ثقافية	٤					
<u>لغتها</u>						
- عربية	٤٢	٤	٢٧	١٢	٤٧	٣ - إجمالي صفحاتها السنوى ٤٧٩٢ ص .
- أجنبية	٤			٣	١	
- مختلطة	١					
<u>صفتها</u>						
- حكومية	٤	٤	٩	١٤		٤ - توزيع تقريبي .
- شبه حكومية	٩		٩	١		
- خاصة	٢٢		٩			
- الدوريات المستوردة	١٠٠٠			٤٣	١٩٦٤	٥ - النقص الحاصل في المجموع ناشئ عن وجود مجلات لم تحدد دوريتها في البيانات .
- من أقطار عربية	١٠٠			٣٨	٣٦١	
- من بلدان أجنبية	٩٠٠			٥	١٦٠٣	
<u>الدوريات المصدرة :</u>						
- إلى أقطار عربية		٤				
- إلى بلدان أجنبية		٤				

الكتب المؤلفة والمترجمة ودور النشر

الأقطار	ليبيا	الامارات	السعودية	سورية	الأردن	السودان	المجموع
عدد الكتب لغتها :	٥٦٩	٤٦	٩٦ ^(٢)	٧٠	١٣٧	٨٣	١٠٠١
- بلغة عربية	٥٦٩	٤١	٩٥	٧٠	١٢٨	٨٣	٩٥٦
- بلغة أجنبية		٥	١		٩		١٥
مصدرها :							
- كتب مؤلفة		٤٦	٩٥	٢٧	١٢٦	٨٣	
- كتب مترجمة			١	٤٣	٢		
الكتب المصدرة :							
- إلى أقطار عربية				١٣٠	١٢١٤		
- إلى أقطار أجنبية				٨٥ ^(١)	٦٠٠		
الكتب المستوردة :							
- من أقطار					٦٦٤٢		
- من أقطار أجنبية					٩٠٨٦		
النشر :							
- عددها	١ ^(٣)		١٦		٣٧	٥	٥٩
- في العاصمة	١		٩			٥	
- في المدن			٧				
- حكومية	١				١	٤	
- خاصة			١٦		٣٦	١	
إجمالي منشوراتها	٥٦					٩٤	
- بالعربية	٥٣					٩٢	
- بلغة أجنبية	٣					٢	

١ - خاص فقط بوزارة الثقافة والإرشاد القومي .

٢ - خاص بالمديرية العامة للطبوعات وفروعها .

٣ - يشمل الاحصاء فقط المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والاعلان والطابع .

المكتبات ١٩٧٩ م

الأقطار	ليبيا	الامارات	السعودية ^(٢)	سورية	الأردن	السودان
<u>البيانات :</u>						
١ - عدد المكتبات	٩٣٠	٩	١١	١٩ ^(١)	٩	٢٥
- وطنية	١	١			١	
- عمومية	١٧٩	٨		١٩	٧	٣
- خاصة/متخصصة					١٠ ^(٤)	١٥
- مدرسية/جامعية	٧٥٣		١١		٦٩	٧
- متجولة	٢٠			٣١		
٢ - عدد الرواد		١٠٥	٢٧١	٢٢٩	١٠٠٠	٢٦
(سنويا بالألف)					(جزئى)	(جزئى)
- رصيد الكتب		٦٩	٣٧٢			
(بالألف)						
- بالعربية		٨,٤٥٦	١٨٠	٢٥٦		٥٧٨
- بلغة أجنبية			١٩٢	٢٤		
٤ - معارض الكتب	٢١		٢٩ ^(٣)	٨	٣	١

١ - الاحصاءات السورية تتعلق فقط بالمكتبات التابعة لوزارة الثقافة والارشاد القومى .

٢ - الاحصاءات السعودية هى مجموع بيانات منفردة صادرة عن ادارة المطبوعات وجامعة الرياض وجامعة محمد بن سعود .

٣ - ضمن الاحصاء المعارض التى شاركت فيها السعودية فى الخارج .

٤ - هاتان المعلومتان عن نشرة حكومية .

المتاحف ١٩٧٩م

الزوار لكل متحف	اجالى الزوار	في المدن	في العاصمة	نسبتها للسكان	اجالى المتاحف	
٥٢٤٥٨	٦٢٥٥٠٠	٦	٥	٢٥٧٠٠٠/١	١٤	ليبيا
٢٤٧٨٧	٥٤٥٣٢٧	١٧	٥	٣٩٣٠٤٥/١	٢٢	سورية
١١٣٦٣	١٢٥٠٠٠	٥		٢٥٩٧٧٢/١	١١	الأردن
٥١٤٣٣	٢٠٥٧٣٥	٤	٣	٢٦٩٦٧١٤/١	٧	السودان
١١٦٩٧	٣٥٠٩٣	٢	١	٨٧٠٠٠/١	٣	الامارات
٣٥٤٨٤	٣٥٤٨٤		١	١٠٧٢٢٠٠٠/١	١	السعودية
			٢	٤٨٣٤٢٥/١	٢	عمان
			١	٩٠٠٠/١	١	قطر
			٤	٣٤١٥٠٠/١	٤	الكويت
			٥	٢٢٦٦٠/١	٥	البحرين
		٣٧	٣٣		٧٠	المجموع

الملحق رقم ٣ ببليوجرافيا

- إبراهيم ، شاكِر
الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاجتماعية
والاقتصادية / شاكِر إبراهيم ، مؤسسة آدم للنشر
والتوزيع .

- ابن منظور
لسان العرب - القاهرة - المؤسسة العامة للتأليف
والأنباء والنشر .

- أبو الليل - عبد العزيز
الدعاية السياحية / عبد العزيز أبو الليل
- القاهرة - دار الكاتب العربي للطباعة
والنشر ١٩٦٨ م .

- أبو الليل - محمود نجيب
الاحتلال البريطاني والصحف الفرنسية من
١٨٨٢ - ١٩٠٤ م - محمود نجيب أبو الليل -
القاهرة - مطبعة التحرير ١٩٥٣ م .

- أبو الليل - محمود نجيب
الصحافة الفرنسية في مصر منذ نشأتها حتى نهاية
الثورة العربية - محمود نجيب أبو الليل - القاهرة -
مطبعة التحرير ١٩٥٣ م .

- أبو الليل - محمود نجيب
صحافة فرنسا / محمود نجيب أبو الليل -
القاهرة ، مؤسسة سجل العرب ١٩٧٢ م .

- أبو الليل - محمود نجيب
تاريخ الصحافة في أوروبا وأمريكا الطبعة الأولى -
القاهرة ١٩٥٤ م .

- أدهم ، محمود
فن تحرير التحقيق الصحفي : فنون التحرير
الصحفي بين النظرية والتطبيق - محمود أدهم -
القاهرة « مطابع دار الشعب » ١٩٧٩ م .

- أريك ، دى جروليه
تاريخ الكتاب ، ترجمة خليل صابات الألف
كتاب رقم (٧٥) ، القاهرة بدون تاريخ .

- إمام ، إبراهيم
الإعلام الإذاعي والتلفزيوني / إبراهيم إمام -
القاهرة - دار الفكر العربي ١٩٧٩ م .

- إمام ، إبراهيم
دراسات في الفن الصحفي ، تأليف إبراهيم إمام .
القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٢ م .

- إمام ، إبراهيم
الإعلام والاتصال بال الجماهير / إبراهيم إمام - ط ١
- القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٩ م .

- إمام ، إبراهيم
وكالات الأنباء - إبراهيم إمام - القاهرة
دار النهضة العربية - ١٩٧٢ م .

- إمام ، إبراهيم
فن العلاقات العامة والإعلام - القاهرة الأنجلو
المصرية ١٩٦٨ م .

- إمام ، إبراهيم
تطور الصحافة الإنجليزية في القرنين السابع عشر
والثامن عشر ، القاهرة « بدون تاريخ » .
- اميل ، بوفان
تاريخ الصحافة ، ترجمة محمد إسماعيل محمد -
الألف كتاب (١١٨) القاهرة « بدون تاريخ » .
- بارفو ، اريك
الاتصال بالجماهير - ترجمة صلاح عز الدين
وآخرون - القاهرة - مكتبة مصر ١٩٥٦ م .
- بان ، باصل
فن التلفزيون ، ترجمة تماضر توفيق ، القاهرة ،
الدار المصرية للتأليف والترجمة ، ١٩٦٥ م .
- بحرى ، هشام توفيق
صحافة الغد - هشام توفيق بحرى ، تقديم محمد
حسنين هيكمل ، مراجعة خليل صابات - القاهرة -
دار المعارف ١٩٦٨ م .
- بدر ، أحمد
صوت الشعب ، دور الرأى العام فى السياسة العامة
- الكويت - وكالة المطبوعات ١٩٧٣ م .
- بدر ، أحمد
الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية - أحمد بدر
- ط ١ - الكويت - دار القلم ١٩٧٤ م .
- بدر ، أحمد
الإعلام الدولى ، دراسات فى الاتصال والدعاية
الدولية - أحمد بدر - القاهرة مكتبة غريب
١٩٧٧ م .

- يرتيز ، ادوارد
برنامج التلفزيون - ترجمة أحمد ماهر القاهرة -
مؤسسة سجل العرب .

- البرقوقي ، محمد عاطف
الراديو - قصص العلماء والمخترعين القاهرة -
عيسى الحلبي ١٩٤٠ م .

- برنارد ، ويزيرجر
الصحفي الأمريكي - ترجمة وديع سعيد - القاهرة
١٩٦٢ م .

- بشير ، تحسين محمد
النشاط الإعلامي العربي في الولايات المتحدة -
تحسين محمد بشير - بيروت منظمة التحرير
الفلسطينية مركز الأبحاث ١٩٦٩ م .

- بطرس ، صليب
إدارة الصحف - صليب بطرس - القاهرة - الهيئة
المصرية العامة للكتاب ١٩٧٤ م .

- بن قفيصه ، عمر
أضواء على تاريخ الصحافة التونسية ١٨٦٠ -
١٩٧٠ م - عمر قفيصة - تونس - دار بو سلامة
١٩٧٢ م .

- بوند ، ف ، فريزر
مدخل إلى الصحافة - ف . فريزر بوند ترجمة
راجى صهيون - مراجعة إبراهيم داغر
- بيروت - مؤسسة أ . بدران ١٩٦٤ م .

- بيرى ، كوماس
الصحافة اليوم - تطورها وتطبيقاتها العلمية -
تأليف توماس بيرى - ترجمة مروان الجابري -
بيروت - مؤسسة أ . بدران ١٩٦٤ م .

- بيير ، دينواييه
الصحافة في العالم - ترجمة عبد العاطى جلال -
الألف كتاب (١٢٩) القاهرة (بدون تاريخ) .
- التكريتى ، منير بكر
الصحافة العراقية واتجاهاتها السياسية والاجتماعية
والثقافية من ١٨٦٩ - ١٩٢١ م منير بكر
التكريتى - بغداد - مطبعة الإرشاد ١٩٦٩ م .
- التهامى ، مختار
الصحافة والسلام العالمى - مختار التهامى
- ط ٢ - القاهرة - دار المعارف ١٩٦٨ م .
- جاك ، جولد
الراديو والتلفزيون - ترجمة محمد صابر سليم -
الطبعة الثالثة - القاهرة دار المعارف .
- جامعة الدول العربية
تقارير اللجنة الدائمة للإعلام وتقارير خبراء
الأعلام العرب .
- جورج ، فيل
الجريدة - ترجمة إدجار موصلى وحسن سلومه -
الألف كتاب (٧٨) القاهرة (بدون تاريخ) .
- الجوهري ، محمود محمد
العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام القاهرة -
مكتبة الأنجلو - ١٩٦٨ م .
- حاتم ، محمد عبد القادر
الرأى العام وتأثره بالإعلام والدعاية محمد عبد
القادر حاتم - بيروت - مكتبة لبنان - ١٩٧٣ م .
- حاتم ، محمد عبد القادر
الإعلام والدعاية - محمد عبد القادر حاتم -
القاهرة - مكتبة الأنجلو ١٩٧٢ م .

- الحسن ، حسن
الإعلام والدولة - حسن الحسن - ط ١ - بيروت
(د . ن) ١٩٦٥ م مطابع صادر .
- الحسن ، حسن
الرأى العام والإعلام والعلاقات العامة حسن
الحسن - بيروت - الدار اللبنانية للنشر والعلاقات
العامة .
- حسن ، محمد وجيه ، محمود
فهمى
الصوت والصورة - القاهرة - مكتبة النهضة
المصرية - ١٩٦٢ م .
- الحسنى ، عبد الرازق
تاريخ الصحافة العراقية - عبد الرازق الحسنى
- ط ٣ - صيدا - مطبعة العرفان - ١٩٧١ م .
- حسين ، عبد الله
الصحافة والصحف - عبد الله حسين القاهرة -
لجنة البيان العربى ١٩٦٤ م .
- حمزه ، عبد اللطيف
أدب المقالة الصحفية فى مصر - عبد اللطيف حمزه
القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٥٠ م .
- حمزه ، عبد اللطيف
الإعلام فى صدر الإسلام - القاهرة - دار الفكر
العربى ١٩٧١ م .
- حمزه ، عبد اللطيف
الإعلام له تاريخه ومذاهبه - القاهرة مكتبة الأنجلو
- ١٩٦٥ م .
- حمزه ، عبد اللطيف
الإعلام والدعاية - بغداد - مكتبة المنشى -
١٩٦٨ م .

- حمزه ، عبد اللطيف
مستقبل الصحافة - عبد اللطيف حمزه القاهرة -
دار الفكر العربى ١٩٦١ م .

- حمزه ، عبد اللطيف
المدخل فى فن التحرير الصحفى - عبد اللطيف
حمزه - ط ٣ - القاهرة - دار الفكر العربى
١٩٦٥ م .

- د . أ . سنسر
السينما اليوم - الهيئة المصرية العامة للتأليف
والنشر ١٩٧١ م .

- داود ، عبد الجبار
فن الممارسة الإعلامية - بغداد - دار الحرية -
١٣٩٦ هـ .

- دى طرازى ، فليب
تاريخ الصحافة العربية - فليب دى طرازى -
بيروت - المطبعة الأدبية ١٩١٣ م .

- ذبيان ، سامى
مدخل نظرى وعملى إلى الصحافة اليومية
والإعلام - الموضوع والتقنية - سامى ذبيان
- ط ١ - بيروت - دار المسيرة ١٩٧٩ م .

- راضى ، عبد الجليل
قصة اللاسلكى - التلغراف - الراديو - التلفزيون
- الرادار - القاهرة - مطبعة الاعتدال .

- ربيع ، حامد
فلسفة الدعاية الاسرائيلية - بيروت - مركز
الأبحاث الفلسطينية .

- رشتى ، جيهان
الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث - القاهرة -
دار الفكر العربى ١٩٧١ م .

- رشتى ، جيهان
الأسس العلمية لنظريات الإعلام - ط ٢ -
القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٧٨ م .

- رشتى ، جيهان
نظم الاتصال - الإعلام فى الدول النامية -
القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٧٢ م .

- سفقان ، حسن شحاته
التلفزيون والمجتمع - القاهرة - دار النهضة
١٩٦٢ م .

- الزامل ، عبد الرحمن
أزمة الإعلام العربى - معضلات وحلول - بيروت
- الدار المتحدة ١٩٧٤ م .

- السباعى ، أنور
التخطيط الإعلامى السياسى - أنور السباعى -
١٩٧١ م .

- سعد ، اسماعيل على
الاتصال والرأى العام - مبحث فى القوة والايه
لوجيه - اسماعيل على سعد - الاسكندرية - دار
المعرفة الجامعية ١٩٧٩ م .

- سيف الإسلام ، الزبير
تاريخ الصحافة فى الجزائر - الزبير سيف الإسلام
- الجزائر - الشركة الوطنية للنشر والتوزيع
١٩٧١ م .

- سعد الدين ، إبراهيم
الإعلام العربى بين المثالية والفلسفة العلمية -
مجلة دراسات عربية المجلد الخامس (كانون
الأول ١٩٦٨ م) .

- سعفان ، حسن شحاته
التليفزيون والمجتمع - القاهرة - دار النهضة
العربية ١٩٦٢ م .

- سفند ، دال
تاريخ الكتاب من أقدم العصور الى الوقت
الحاضر - ترجمة محمد صلاح الدين حلمى -
القاهرة ١٩٥٨ م .

- سيد - فتح الباب عبد الحليم
والإبراهيم حفظ الله
الناس والتليفزيون - القاهرة - مكتبة الأنجلو
المصرية - ١٩٦٣ م .

- الشامخ ، محمد عبد الرحمن
الصحافة في الحجاز ١٩٠٨ - ١٩٤١ م دراسة
ونصوص - محمد عبد الرحمن الشامخ - بيروت -
دار الأمانة ١٩٧١ م .

- شحاته ، عبد الله
الدعوة الإسلامية والإعلام الدينى - القاهرة -
الهيئة المصرية العامة للكتاب - ١٩٧٨ م .

- شرام ، ولبر
أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية - دور الإعلام في
البلدان النامية - ولبور شرام - ترجمة محمد فتحى
- مراجعة يحيى أبو بكر - القاهرة - الهيئة المصرية
العامة للتأليف والنشر - ١٩٧٠ م .

- صابات ، خليل
تاريخ الطباعة في الشرق العربى ، دار المعارف
بمصر - ١٩٦٦ م .

- صابات ، خليل
قصة الطباعة مكتبة الهلال القاهرة ١٩٥٧ م .

- صابات ، خليل وسامى عزيز ،
ويونان رزق
حرية الصحافة فى مصر ١٧٩٨ - ١٩٢٤ م
القاهرة ١٩٧٣ م .

صابات ، خليل
الصحافة رسالة - استعداد فن - علم - دار المعرفة
بمصر - الطبعة الثانية ١٩٦٨ م .

صابات ، خليل
وسائل الإعلام نشأتها وتطورها - القاهرة مكتبة
الأنجلو المصرية ١٩٧٦ م .

- الصاوى ، أحمد حسين
فجر الصحافة فى مصر - دراسة فى إعلام الحملة
الفرنسية - القاهرة ١٩٧٥ م .

- الصفدى ، أحمد عصام
تكنولوجيا التعليم والإعلام - أحمد عصام
الصفدى ، محمد رمضان البغدادي - ط ١ -
الكويت - مكتبة الفلاح ١٩٨٠ م .

- طه ، رياض
الإعلام والمعركة - بيروت - دار النهار للنشر
١٩٧٣ م .

- عبده ، إبراهيم
تاريخ الطباعة والصحافة فى مصر خلال الحملة
الفرنسية - القاهرة ١٩٤٩ م .

- عبده ، إبراهيم
الصحافة فى الولايات المتحدة - نشأتها وتطورها -
إبراهيم عبده - القاهرة مؤسسة سجل العرب
١٩٦١ م .

- عبده ، إبراهيم
تطور الصحافة المصرية ١٧٩٨ - ١٩٥١ م
إبراهيم عبده - ط ٣ - القاهرة - مكتبة الآداب -
١٩٥١ م .

- عبده ، إبراهيم
دراسات في الصحافة الأوربية - القاهرة ١٩٥١ م
مطبعة جامعة القاهرة .

- عبد الحليم ، فتح الباب
وسائل التعليم والإعلام - القاهرة - عالم الكتب
١٩٦٨ م .

- عبد الحليم ، محيي الدين
الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - القاهرة -
الخانجي - ١٤٠٠ هـ .

- عبد القادر ، حسنين
ادارة الصحف - حسنين عبد القادر - ط ٢ -
القاهرة - دار النهضة العربية ١٩٦٢ م .

- عبد القادر ، حسنين
الصحافة كمصدر للتاريخ - حسنين عبد القادر
- ط ٢ - القاهرة ١٩٦٠ م .

- عبد القادر ، حسنين
الرأى العام والدعاية - حرية الصحافة القاهرة -
دار النهضة ١٩٦٢ م .

- عثمان ، حسين
تاريخ السينما العربية - دار الكتاب العربى
للطباعة والنشر ١٩٦٨ م .

- عزيز ، سامى
تطور الصحافة فى العالم العربى المعهد القومى
للسحفيين العرب مطبوع بالرونو .

- عطيه ، محمد محمد
الاتصال ووسائله في المجالات الاجتماعية -
القاهرة - الأنجلو ١٩٧٤ م .

- العظم ، يوسف
رحلة الضياع للإعلام العربى المعاصر جدة -
الدار السعودية ١٤٠٠ هـ .

- عليوه ، السيد
استراتيجية الإعلام العربى - السيد عليوه -
القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب - ١٩٧٨ م

- عمر ، فاروق عبد الرحمن
التليفزيون فى الجمهورية العربية المتحدة
والعالم - القاهرة - الدار القومية للطباعة والنشر
١٩٦٤ م

- العمرى ، أحمد سويلم
الرأى العام والدعاية - بغداد - مكتبة المثنى

- عوض ، محمد ضياء الدين
التليفزيون والتنمية الاجتماعية - القاهرة الدار
القومية للطباعة والنشر - ١٩٦٦ م « من
الشرق والغرب - ١٩١ »

- عيسى ، محمد طلعت
العلاقات العامة والإعلام - القاهرة مكتبة
القاهرة الحديثة

- الغسانى ، أنور
نظام الإعلام فى جمهورية ألمانيا الديمقراطية -
أنور الغسانى - بيروت مركز الأبحاث - منظمة
التحرير الفلسطينية ١٩٧٣ م

- غريب ، محمد ومحمود أبو زيد
التليفزيون - القاهرة - دار الكتاب العربى
١٩٤٧ م

- الغنام ، عبد العزيز
مدخل في علم الصحافة - عبد العزيز الغنام -
بيروت - دار النجاح ١٩٧٢ م
- فرانسو ، تيرو والبير ، بيير
تاريخ الصحافة - ترجمة عبد الله نعان سلسلة
ماذا أعرف ؟ - بيروت - بدون تاريخ
- فرانسيس ، روجرز
قصة الكتابة والطباعة من الصخرة المنقوشة الى
الصفحة المطبوعة - ترجمة أحمد حسين الصاوى -
القاهرة ١٩٧٠ م .
- فهيمى ، عبد السلام
البساط السحري - القاهرة - دار المعارف
١٩٥٣ م « اقرأ - ١٣٢ » .
- فهيمى ، محمود
الفن الصحفى فى العالم - محمود فهيمى القاهرة -
دار المعارف ١٩٦٤ م .
- فوده ، فريد
يوم فى الإذاعة - مكتبة نهضة مصر ١٩٦٥ م .
- قاسم ، يوسف محمد
ضوابط الإعلام فى الشريعة الإسلامية وأنظمة
المملكة العربية السعودية - يوسف محمد قاسم -
الرياض - جامعة الرياض - عمادة شئون
المكتبات ١٩٧٩ م .
- لطفى ، فوزى كامل
التلفزيون - القاهرة - دار الهلال ١٩٥٦ م
« الألف كتاب - ٣٧ » .

الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية ، النظرية
والتطبيق أبحاث ووقائع اللقاء الثالث لمنظمة
الندوة العالمية للشباب الإسلامي الرياض
١٣٩٦ هـ .

- منظمة الندوة العالمية
للشباب الإسلامي

تاريخ الصحافة العربية وتطورها بالبلاد التونسية
المطبعة الرسمية تونس ١٩٦٥ م .

- المهيدى ، محمد الصالح

أخبار التلفزيون - ترجمة حمدى قندى وأحمد سعيد
- القاهرة - مكتبة النهضة المصرية ١٩٧٢ م .

- مورى ، جرين

الأخبار - مصادرها ونشرها - وليم الميرى -
القاهرة - مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٨ م .

- الميرى ، وليم

الإعلام فى ضوء الإسلام - عمارة نجيب - ط ١ -
الرياض - مكتبة المعارف ١٩٨٠ م .

- نجيب ، عمارة

جامعة الرياض .

- ندوة الدراسات الإعلامية
فى العالم العربى

الإعلام وأثره فى نشر القيم الإسلامية وحمايتها -
محمد إبراهيم نصر - ط ١ - الرياض - دار اللواء
١٩٧٨ م .

- نصر ، محمد إبراهيم

تخطيط الإعلام العربى - بيروت - مركز الأبحاث
الفلسطينية ١٩٦٩ م .

- هاشم ، عقيل

- ماتيلو ، بيار الإعلاماء/ بيار ماتيلو - ترجمة نسيم نصر -
بيروت - منشورات عويدات ١٩٧٤ م .
- ماكلوهان ، مارشال كيف نفهم وسائل الاتصال - مارشال ماكلوهان -
ترجمة خليل صابات وآخرين .
- محمد ، محمد إسماعيل الكلمة المذاعة - القاهرة - الدار القومية للطباعة
والنشر ١٩٦٤ م .
- محمد ، محمد سيد الأعلام والتنمية - القاهرة - دار المعارف
١٩٧٩ م .
- محمود ، حافظ الإعلام العربي والإعلام الصهيوني القاهرة
- معهد البحوث والدراسات العربية ١٩٧٣
- مرزوق ، يوسف المدخل إلى حرفة الفن الإذاعي - القاهرة
- مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٥
- مركز التربية الأساسية في سرس اللبان منوفية - فن الإذاعة -
العالم العربي القاهرة - دار المعارف ١٩٥٨م
- مروه ، أديب الصحافة العربية نشأتها وتطورها أديب
مروة - بيروت - دار مكتبة الحياة ١٩٦١م
- المصراتي - على مصطفى صحافة ليبيا في نصف قرن - بيروت ٦٠ م .
- منيز ، نوربيرث السيرنيتيكا - القاهرة - مكتبة النهضة ١٩٧٢ م

- هداوى ، سامى
الإعلام العربى والقضية الفلسطينية - بيروت -
مركز الأبحاث الفلسطينية .

- هنرى ر ، كاسيرر
التعليم عن طريق التليفزيون - ترجمة سلامة حماد
- القاهرة - مؤسسة سجل العرب - ١٩٦٤ م
« الألف كتاب - ٥٣٤ » .

- هيئة الإعلام ، القاهرة
إذاعة الجمهورية العربية المتحدة فى عامها الثامن
عشر بعد الثورة ، القاهرة ١٩٧٠ م .

- هيئة الإذاعة ، القاهرة
الإذاعة فى عشر سنوات - ٢٣ يوليو ١٩٦٢ م -
القاهرة - مطبعة الاستقلال الكبرى - ١٩٦٢ م

- وليور ، شرام
أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية - دور الإعلام فى
البلدان النامية - ترجمة محمد فتحى - القاهرة -
الهيئة المصرية للكتاب - ١٩٧٠ م .

- ولترك ، كينجسون ، روم كارجل ، الإذاعة بالراديو والتليفزيون - ترجمة نبيل بدر -
القاهرة - الدار المصرية للتأليف والترجمة -
١٩٦٥ م .

- يمانى ، محمد عبده
حديث فى الإعلام - محمد عبده يمانى الطائف -
دار ثقيف ١٣٩٧ هـ .

المراجع الأجنبية

LIST OF REFERENCES

ABELSON, HERBERT.

PERSUASION: HOW OPINION AND ATTITUDES ARE CHANGED.
NEW YORK, SPRINGER, 1962.

- AGEE, WARREN K. ED.

MASS MEDIA IN A FREE SOCIETY, LAWRENCE, UNIVERSITY
OF KANSAS PRESS, 1969.

- ANGELL, NORMAN.

THE PUBLIC MIND: ITS DISORDERS AND ITS
EXPLOITATION. DOUGLAS, 1962.

- ARION, EDMUND C.

MODERN NEWSPAPER DESIGN. HARPER & ROW, 1969.

- ARION, MICHAEL J.

LIVING-ROOM WAR: WRITINGS ABOUT TELV. NEW YORK,
VIKING, 1969.

- ARONS, LEON AND MAY, MARK A.

TELEVISION AND HUMAN BEHAVIOUR: TOMORROW'S
RESEARCH IN MASS COMMUNICATION, APPLETON CENTURY,
1963.

- BARNAYS, EDWARD L.

CRYSTALLIZING PUBLIC OPINION. NEW YORK, BONI &
LIVERIGHT, 1923.

- BARNAYS, EDWARD L. ED.

THE ENGINEERING OF CONSENT, NORMAN, OKLAHOMA,
UNIVERSITY OF OKLAHOMA PRESS, 1969.

- BARNOW, ERIK.
 MASS COMMUNICATION: TELEVISION, RADIO, FILM &
 PRESS. HR & W., 1971.

- BARRERA, MARIO.
 INFORMATION AND IDEOLOGY: A CASE STUDY OF ARTURO
 FRONDIZI. BEVERLY HILLS CALIF., SAGE PUBLICATIONS,
 1973.

- BATCHELOR, F.J.
 COMMUNICATION: FROM CAVE WRITING TO TELEVISION.
 HARBRACE J., 1971.

- BEISHON, JOHN.
 SYSTEMS BEHAVIOUR. HARPER & ROW, 1972.

- BENTLEY, TREVOR J.
 INFORMATION COMMUNICATION, AND THE PAPERWORK
 EXPLOISON. LONDON - NEW YORK, MCGRAW HILL, 1976.

- BERELSON, BERNARD & LAZARFELD PAUL.
 THE ANALYSIS OF COMMUNICATION CONTENT. UNIV.
 OF CHICAGO, 1948.

- BERELSON BERNARD & GARY A. STEINER.
 HUMAN BEHAVIOUR. HARBRACE J., 1971.

- BETTINHAUS, E.P.
 PERSUASIVE COMMUNICATION. NEW YORK, HOLT,
 RINEHARD & WINSTON, 1967.

- BIDDLECOMBE.
INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS - ENCYCLOPEDIA.
G. HELM.
- BITTNER, JOHN R. 1943.
MASS COMMUNICATION, AN INTRODUCTION. ENGLEWOOD
CLIFFS, N.J., PRENTICE HALL, 1980.
- BLUMLER, JAYG & McQUAIL, DENIS.
TELEVISION IN POLITICS. UNIV. OF CHICAGO PRESS,
1969.
- BOAS, G.
VOX POPULI: ESSAYS IN THE HISTORY OF AN IDEA.
(SEMINARS IN THE HISTORY OF IDEAS), JOHNS HOPKINS
PRESS, 1970.
- BOGART, LEO.
THE AGE OF TELEVISION, FREDERICK UNGAR, 1958.
- BOULDING, KENNETH.
THE IMAGE. ANN ARBOR, MICHIGAN, UNIV. OF MICHIGAN
PRESS, 1956.
- BOYER, PAUL S.
PURITY IN PRINT: BOOK CENSORSHIP IN AMERICA
SCRIBNERS, 1968.
- BREMBECK, WINSTON L. & WILLIAM S. HOWELL.
PERSUASION, 1971.

- BRETZ, RUDY.
TECHNIQUES OF TELEVISION PRODUCTION. MCGRAW, 1971.
- BRITTAIN, J.M.
INFORMATION AND ITS USERS: A REVIEW WITH
SPECIAL REFERENCE TO THE SOCIAL SCIENCES. CLAVERTON
DOWN, BATH UNIVERSITY PRESS, 1970.
- BROWN, CHARLES T.
MONOLOGUE TO DIALOGUE: AN EXPLORATION OF
INTERPERSONAL COMMUNICATION. ENGLEWOOD CLIFFS,
NEW JERSEY, PRENTICE HALL, 1979.
- BROWN, J.A.
TECHNIQUES OF PERSUASION - FROM PROPAGANDA TO
BRAINWASHING. PETER SMITH, 1971.
- BRYSON, LYMAN, ED.
THE COMMUNICATION OF IDEAS. HARPER. 1948.
- CAPPON, DANIEL.
TECHNOLOGY & PERCEPTION, C.C. THOMAS, 1971.
- CARPENTER, EDMUND S. & OTHERS.
EXPLORATIONS IN COMMUNICATION. BEASON PRESS,
1960.
- CARR, EDWARD HALLETT.
PROPAGANDA IN INTERNATIONAL POLITICS. NEW YORK,
FARRAR & RINEHARD, 1939.
- CASSATA, MARY B.
MASS COMMUNICATION: PRINCIPLES AND PRACTICES.
NEW YORK, MCMILLAN, 1979.

- CERHA, JARKS.
SELECTIVE MASS COMMUNICATION, STOCKHOLM, SWEDEN,
NORSTEDT & SONER, 1971.
- CHOUKAS M.
PROPAGANDA COMES OF AGE. PUBLIC AFFAIRS PRESS,
1971.
- CLARK DAVID G. & EARL R. HUTCHINSON.
MASS MEDIA & THE LAW: FREEDOM & RESTRAINT.
WILEY, 1971.
- CODDING, GEORGE A. JR.
BROADCASTING WITHOUT BARRIERS. UNESCO, 1959.
- COHEN, BERNARD C.
THE PRESS AND FOREIGN POLICY. PRINCETON,
NEW JERSEY, PRINCETON UNIV. PRESS, 1963.
- COHEN, JOHN.
INFORMATION AND CHOICE. EDINBURGH, OLIVER &
BOYD, 1970.
- CRABLE, RICHARD E.
USING COMMUNICATION. BOSTON, ALLYN AND
BACON, 1979.
- CRONKHITE, GRAY.
PERSUASION: SPEECH AND BEHAVIOURAL CHANGE. NEW
YORK, BOBBSMERRILL, 1969.
- DE FLEUR, MELVIN L. & LARSEN, OTTO M.
THE FLOW OF INFORMATION. HARPER, 1958.

- DE GRAZIA, ALFRED, ET AL.

TARGET ANALYSIS AND MEDIA IN PROPAGANDA TO AUDIENCES ABROAD. BALTIMORE, MARYLAND. THE JOHN HOPKINS PRESS, 1953.

- DE SOLA POOL, ITHIEL.

COMMUNICATION AND VALUES IN RELATIONS TO WAR AND PEACE. INSTITUTE FOR INTERNATIONAL ORDER, N.D.

- DEUTSCH, KARL W.

THE NERVES OF GOVERNMENT: MODELS OF POLITICAL COMMUNICATION AND CONTROL. NEW YORK, FREE PRESS & GLENCOE, 1963.

- DICKMAN, JOHN R.

GET YOUR MESSAGE ACROSS: HOW TO IMPROVE COMMUNICATION. ENGLEWOOD CLIFFS, N.J., PRENTICE HALL, 1979.

- DOOB, LEONARD W.

PROPAGANDA: ITS PSYCHOLOGY AND TECHNIQUES. NEW YORK, HENRY HOLT AND Co., 1935.

- DUNCAN, HUGH D.

COMMUNICATION AND THE SOCIAL ORDER. BEDMINSTER PRESS, 1962.

- DUNN, FREDERICK S.

WAR & THE MINDS OF MEN. SHOE STRING.

- EGYPTIAN SOCIETY OF INTERNATIONAL LAW.

EGYPT AND THE UNITED NATIONS, NEW YORK, MANHATTAN PUBLISHING Co., 1957.

- ELLUL, JACQUES.
PROPAGANDA? THE FORMATION OF MEN'S ATTITUDES.
KNOPF, 1971.
- EMERY, FREDERICK E. & OESER, O.A.
INFORMATION, DECISION AND ACTION: A STUDY OF
THE PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF CHANGES IN
FARMING TECHNIQUES. MELBOURNE UNIV. PRESS, 1958.
- EMERY, WALTER B.
NATIONAL AND INTERNATIONAL SYSTEMS OF
BROADCASTING THEIR HISTORY. OPERATION AND
CONTROL. MICHIGAN STATE UNIV. PRESS, 1969.
- ESCARPIT, ROBERT.
THE BOOK REVOLUTION, PARIS, G. HARPER & UNESCO,
1966.
- FABRY, JEAN.
INTRODUCTION LA PSYCHOPEDAGOGIE DE
L'EXPRESSION. BRUXELLES, ROYALE 342, LABOR, 1977.
- FAGEN, R.R.
POLITICS & COMMUNICATION: AN ANALYSIS. LITTLE.
- FELTSCGER, WOLFGANG.
GRAPHISHCHE UND TABELLARISCHE WISSENESPEICHER.
BERLIN ZENTRALINSTITUT FÜR INFORMATION UND
DOKUMENTATION, 1967.
- FESTINGER, LEON A.
A THEORY OF COGNITIVE DISSONANCE. ROW
PETERSON, 1957.

- FESTINGER, LEON & OTHERS.
WHEN PROPHECY FAILS. UNIV. OF MINNEAPOLIS, 1956.
- FISCHER, HEINZ-DIETRICH & MERRILL, JOHN C. EDS.
INTERNATIONAL COMMUNICATION. NEW YORK, HASTINGS HOUSE, 1970.
- FISKE, MARJORIE.
BOOK SELECTION AND CENSORSHIP: A STUDY OF SCHOOL AND PUBLIC LIBRARIES IN CALIFORNIA. UNIV. OF CALIFORNIA, 1959.
- FORBES, JEAN.
COMMUNICATIONS AND NETWORKS. LONDON, HEINEMANN EDUCATIONAL BOOKS, 1978.
- FRANCOIS, WILLIAM.
INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATIONS AND MASS MEDIA. COLUMBUS, OHIO: GRID, INC., 1977.
- FROST, J.M. ED.
HOW TO LISTEN TO THE WORLD. PONTLLANFRAITH WALES. PENDRAGON PRESS, 1971.
- GARVEY, WILLIAM D.
COMMUNICATION, THE ESSENCE OF SCIENCE: FACILITATING INFORMATION EXCHANGE AMONG LIBRARIANS, SCIENTISTS, ENGINEERS AND STUDENTS. OXFORD: NEW YORK, PERGAMON PRESS, 1979.
- GEORGE, ALEXANDER.
PROPAGANDA ANALYSIS: A STUDY OF INFERENCES MADE FROM NAZI PROPAGANDA IN WORLD WAR II. EVANSTON, ILLINOIS. ROW, PETERSON, 1959

- GLICK, IRA O. & LEVY, SIDNEY J.
LIVING WITH TELEVISION. ALDINE PUB. Co., 1962.
- GOODFRIEND, ARTHUR.
THE TWISTED IMAGE. NEW YORK, ST. MARTIN'S
PRESS, 1963.
- GORDON, GEORGE.
PERSUASION: THEORY & PRACTICE OF MANIPULATIVE
COMMUNICATION. HASTINGS, 1971.
- GULLHAUME, PHILIPPE.
LESS PROCEDES DE L'HOMME, PARIS STOCK, 1977.
- GUTTGMANN, ERHARDT.
EINFÜHRUNG IN DIE LINGUISTIK FÜR TEXT -
WISSENSCHAFTLER. BONN, LINGUISTICS BIBLICA, 1978.
- HAMMER, DONALD P.
THE INFORMATION AGE, ITS DEVELOPMENT, ITS IMPACT.
METUCHEN, N.J. SCARECROW PRESS, 1976.
- HARIGHURST, CLARK C. ET AL.
INTERNATIONAL CONTROL OF PROPAGANDA. DOBBS
FERRY, N.Y. OCEANIA PUB., 1967.
- HATEM, M. ABDEL KADER.
INFORMATION AND THE ARAB CAUSE. LONDON,
LONGMAN, 1974.
- HIEBERT, RAY ELTON.
MASS MEDIA: AN INTRODUCTION TO MODERN
COMMUNICATION. NEW YORK, LONGMAN, 1979.

- HOPPER, ROBERT.
COMMUNICATION CONCEPTS AND SKILLS. NEW YORK,
HOPPER & ROW, 1979.
- HOSKING, WILLIAM ERNEST.
FREEDOM OF THE PRESS. UNIV. OF CHICAGO, 1947.
- HOVLAND, CARL I. & OTHERS.
COMMUNICATION AND PERSUASION: PSYCHOLOGICAL
STUDIES OF OPINION CHANGE. YALE UNIV. PRESS, 1961.
- HUDSON, KENNETH.
THE LANGUAGE OF MODERN POLITICS. LONDON,
MACMILLAN, 1978.
- HUNGER, KARL-HEINZ.
DER ASKULAPATAB:ZUR FUNKTION PRESENTATIVER
SYMBOLS IN D. KOMMUNIKATION. AULL BERLIN,
SPICES 1978.
- INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE.
THE FLOW OF NEWS: A STUDY BY THE INTERNATIONAL
PRESS INSTITUTE. ZURICH I.P.I., 1953.
- INTERNATIONAL PRESS INSTITUTE.
LA PRESSE DANS LES ETATS AUTORITAIRES,
ZURICH, I.P.I. 1959.
- INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON COMMUNICATIONS THEORY
AND RESEARCH.
COMMUNICATION, THEORY & RESEARCH, C.C. THOMAS,
1971.

- JOHNSON, RAY I.
COMMUNICATIONS: HANDING IDEAS EFFECTIVELY.
MCGRAW, 1971.
- KATO, HIDETOSHI, ED. & OTHERS.
JAPANESE POPULAR CULTURE STUDIES IN MASS
COMMUNICATIONS AND CULTURAL CHANGE. RUTLAND
UNIV., CHARLES E. TUTTLE Co., 1959.
- KERR, MALCOLM.
THE ARAB COLD WAR 1958-1964: STUDY OF IDEOLOGY
IN POLITICS. LONDON, OXFORD UNIV. PRESS, AMEN
HOUSE, 1965.
- KING, ROBERT G.
FUNDAMENTALS OF HUMAN COMMUNICATIONS. NEW YORK,
MACMILLAN, 1979.
- KINGSBURG, SUSAN & OTHERS.
NEWSPAPERS AND THE NEWS. AN OBJECTIVE
MEASUREMENT OF ETHICAL AND UNETHICAL BEHAVIOUR
BY REPRESENTATIVE NEWSPAPERS. PITMAN'S SONS.
- KREIGHBATM, H.
SCIENCE & THE MASS MEDIA. NYU PR.
- LAMBERT, JACQUES.
L'INFORMATION ASCENDANTE DANS LES ENTERPRISE.
ENTERPRISE MODERNE D'EDITION, 1979.
- LASKIN, PAUL L.
COMMUNICATING BY SATELLITE, NEW YORK, 20TH
CENTURY TREND, 1969.

- LAWRENCE, FOGEL J.
HUMAN INFORMATION PROCESSING. PRENTICE-HALL,
1967.
- LAZARSFELD, PAUL, F.
THE ACADEMIC MIND: SOCIAL SCIENTISTS IN A TIME
OF CRISIS. FREE PRESS OF GLENCOE, 1958.
- LEE, JOHN, ED.
THE DIPLOMATIC PERSUADERS: NEW ROLE OF THE MASS
MEDIA IN INTERNATIONAL RELATIONS. NEW YORK, JOHN
WILEY AND SONS, 1968.
- LEIBERT, ROBERT M.
THE EARLY WINDOW: EFFECTS OF TELEVISION ON
CHILDREN AND YOUTHS. NEW YORK, PERGAMON PRESS,
1973.
- LENT, JOHN A.
ASIAN MASS COMMUNICATIONS. PHILADELPHIA,
TEMPLE UNIV., 1974.
- LERBINGER & OTTE & ALBERT J. SULLICAN.
INFORMATION, INFLUENCE & COMMUNICATION: BASIC
A READER IN PUBLIC RELATIONS.
- LERNER, A YA.
FUNDAMENTALS OF CYBERNETICS. LONDON, SCIENTIFIC
INFORMATION CONSULTANTS, 1972.
- LERNER, DANIEL & SCHRAMM W. ED.
COMMUNICATION AND CHANGE IN DEVELOPING
COUNTRIES. HONOLULU, HAWAII EAST, WEST CENTER
PRESS, 1967.

- LEVIN, HARVEY I.

BROADCAST REGULATION AND JOINT OWNERSHIP OF
MEDIA. NEW YORK UNIV. PRESS, 1960.

- MANFRED, KOCHEN.

INFORMATION FOR ACTION, FROM KNOWLEDGE TO WISDOM.
NEW YORK ACADEMIC PRESS 1975.

- MANNHEIM, KARL.

ESSAYS ON THE SOCIOLOGY OF KNOWLEDGE ED. BY PAUL
KEESKEMETI. LONDON, ROUTLEDGE AND KEGAN PAUL, 1952.

- MARTIN, L. JOHN.

INTERNATIONAL PROPAGANDA: ITS LEGAL AND
DIPLOMATIC CONTROL. MINNEAPOLIS, MINNESOTA, UNIV.
OF MINNESOTA PRESS, 1968.

- MCAULEY, JACK G.

PEOPLE TO PEOPLE: ESSENTIAL OF PERSONAL AND
PUBLIC COMMUNICATION. BELMONT, CALIF., WADSWORTH
PUB. Co., 1979.

- MCCLELLAND, CHARLES.

THEORY AND THE INTERNATIONAL SYSTEM. NEW YORK,
MACMILLAN Co., 1966.

- MCCOMBE, MAXWELL E.

USING MASS COMMUNICATION THEORY. ENGLEWOOD
CLIFFS, N.J. PRENTICE HALL, 1979.

- MCLUHAN, MARSHALL.

UNDERSTANDING MEDIA: THE EXTENSION OF MAN.
NEW YORK, MCGRAW-HILL, 1964.

- MINOR, DALE.
 INFORMATION WAR: THE PRESS & THE POLITICS OF
 SELF DECEPTION, 1971.
- MORGENTHAU, HANS J.
 TRUTH AND POWER. ESSAYS OF A DECADE, 1960-1970.
 PRAEGER, 1970.
- MURPHY, ROBERT D.
 MASS COMMUNICATION AND HUMAN INTERACTION.
 BOSTON, HOUGHTON, MIFFLIN, 1977.
- NAFZIEGER, RALPH O. & WHITE, DAVID M.
 INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATIONS RESEARCH.
 LOUISIANA STATE UNIVERSITY, 1963.
- NATIONAL COMMUNICATIONS SYMPOSIUM.
 COMMUNICATIONS: BRIDGE OR BARRIER, WESTERN
 PER. 1971.
- PARTRIDGE, P.R.
 CONSENT AND CONSENSUS. MACMILLAN.
- PETERSON, THEODORE, ET AL.
 THE MASS MEDIA AND MODERN SOCIETY. HOLT,
 RINEHART AND WINSTON, 1965.
- PICKETT, NEIL ANN.
 PRACTICAL COMMUNICATION. NEW YORK, HARPER'S
 COLLEGE PRESS, 1975.

- PINSKER, M.S.

INFORMATION AND INFORMATION STABILITY OF RANDOM
VARIABLES AND PROCESSES. SAN FRANCISCO, HOLDEN
DAY, 1964.

- PRICE, WARREN CO. (COMP.)

THE LITERATURE OF JOURNALISM: AN ANNOTATED
BIBLIOGRAPHY. UNIVERSITY OF MINNESOTA, 1959.

- PRISCILLA, GOTSICK.

INFORMATION OF EVERYDAY SURVIVAL, WHAT YOU NEED
AND WHERE TO GET IT. CHICAGO, AMERICAN LIBRARY
ASSOCIATION, 1976.

- PYE, LUCIEN W., ED.

COMMUNICATION AND POLITICAL DEVELOPMENT.
PRINCETON, NEW JERSEY, PRINCETON UNIV. PRESS, 1963.

- QUALTER, TERENCE H.

PROPAGANDA AND PSYCHOLOGICAL WARFARE. NEW YORK,
RANDOM HOUSE, 1962.

- RAO, Y.

COMMUNICATION AND DEVELOPMENT: A STUDY OF TWO
INDIAN VILLAGES. MINNEAPOLIS, UNIV. OF MINNESOTA
PRESS, 1966.

- ROBINSON, EDWARD J.

PUBLIC RELATIONS AND SURVEY RESEARCH. NEW YORK,
APPLETON CENTURY CROFTS, 1967.

- ROSENAU, JAMES N.

PUBLIC OPINION AND FOREIGN POLICY. NEW YORK,
RANDOM HOUSE, 1961.

- ROSENBERG, BERNARD & WHITE, DAVID MANNING.
 MASS CULTURE: THE POPULAR ARTS IN AMERICA. THE
 FREE PRESS OF GLENCOE. LATEST ED.
- ROSIE, AENEAS MURDOCH.
 INFORMATION AND COMMUNICATION THEORY. LONDON,
 NEW YORK, VAN NOSTRAND REINHOLD, 1973.
- ROSMAY, JOEL D.
 LE MACROSCOPE: VERS UNE VISION GLOBALE. PARIS,
 EDITIONS DU SEUIL, 1977.
- ROSNOV, R.L. & ROBINSON E.J. EDS.
 EXPERIMENTS IN PERSUASION. NEW YORK,
 ACADEMIC PRESS.
- RUBIN, B.
 POLITICAL TELEVISION. WADSWORTH PUB., 1971.
- SCANNELL, E.E.
 COMMUNICATIONS FOR LEADERSHIP, MCGRAW, 1971.
- SCHRAMM, WILBUR.
 MASS COMMUNICATIONS 2ND ED. UNIV. OF ILLINOIS,
 1960.
- SCHRAMM, WILBUR.
 MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT: THE ROLE
 OF INFORMATION IN THE DEVELOPING COUNTRIES.
 STANFORD UNIV. 1964.

- SCHRAMM, WILBUR & OTHERS.
THE PEOPLE LOOK AT EDUCATIONAL TELEVISION.
STANDORD UNIVERSITY, 1963.
- SCHRAMM, WILBUR, ED.
THE PROCESS AND EFFECTS OF MASS COMMUNICATION.
UNIV. OF ILLINOIS, 1965.
- SCHRAMM, WILBUR & OTHERS.
TELEVISION IN THE LIVES OF OUR CHILDREN.
STANFORD UNIVERSITY, 1960.
- SELVAGGI, CATERINA.
LA CRISI DEL CONCETTO DI MASSA: INTRODUZIONE
AD UNO STADIO INTERDISCIPLINARE DELL'EVENTO NEI
MEZZI AUDIOVISIVI. ROMA, BULZONI, 1978.
- SHANNON, CLAUDE E & WEAVER, WARREN.
A MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION. UNIV.
OF ILLINOIS PRESS, 1949.
- SHARABI, HISHAM.
PALESTINE AND ISRAEL: THE LETHAL DILEMMA.
NEW YORK, PEGASUS, 1969.
- SHERIF, C.W.: SHERIF, M; & NEBERGALL, R.E.
ATTITUDE AND ATTITUDE CHANGE. PHILADELPHIA:
W.B. SAUNDERS Co., 1965.
- SIEBERT, FRED S. & OTHERS.
FOUR THEORIES OF THE PRESS, URBANE, 1956.

- SIEPMANN, CHARLES A.
 RADIO, TELEVISION AND SOCIETY. OXFORD UNIV.
 1950.

- SMITH BRUCE, L. & SMITH C.
 INTERNATIONAL COMMUNICATION AND POLITICAL
 OPINION: A GUIDE TO THE LITERATURE. PRINCETON
 UNIV., 1956.

- SMITH, BRUCE L; LASSWELL, HAROLD D.; & CASEY, RALPH
 D.
 PROPAGANDA, COMMUNICATION AND PUBLIC OPINION:
 A COMPREHENSIVE REFERENCE GUIDE. PRINCETON, NEW
 JERSEY, PRINCETON UNIV. PRESS, 1946.

- STEINBERG, C.S.
 MASS MEDIA AND COMMUNICATION.

- STEINER, GARY A.
 THE PEOPLE LOOK AT TELEVISION: A STUDY OF
 AUDIENCE ATTITUDES, KNOPF, 1963.

- STRAIN, BARBERA.
 COMMUNICATION SKILLS. ADDISON, WESLEY PUB.
 CO., 1979.

- TELEVISION RESEARCH COMMITTEE WORKING PAPER, No.1.
 THE EFFECTS OF MASS COMMUNICATION WITH SPECIAL
 REFERENCE TO TELEVISION: A SURVEY. LEICESTER
 UNIV. 1964.

- THAYER, LEE.
COMMUNICATION, THEORY & RESEARCH. THOMAS.
- THAYER, L.
COMMUNICATION: CONCEPTS & PERSPECTIVES.
INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON COMMUNICATION THEORY
AND RESEARCH, 2ND, EXCELSION SPRINGS, MISSOURI,
SPARTAN, 1966.
- TODD, JUDITH.
THE BILL SELL: STRUCTURE AND STRATEGY OF THE
MASS MEDIA: RADIO AND TELEVISION, PRESS, CINEMA,
ADVERTISING. LAWRENCE & WISHART, 1961.
- UNESCO.
COMMUNICATION IN THE SPACE AGE: THE USE OF
SATELLITES BY THE MASS MEDIA, UNESCO, 1968.
- UNESCO.
L'INFORMATION A TRAVERS LE MONDE: PRESS, RADIO,
TELEVISION, FILM (IN ENGLISH AND FRENCH). 4TH ED.
REV. 1966.
- UNESCO.
UNESCO, DIVISION OF FREE FLOW OF INFORMATION
PROFESSIONAL ASSOCIATIONS IN THE MASS MEDIA,
UNESCO, 1959.
- UNESCO.
REPORTS ON MASS COMMUNICATIONS:
21: CURRENT MASS COMMUNICATION RESEARCH
(DEC. 1956)
43: THE EFFECT OF TELEVISION ON CHILDREN AND
ADOLESCENTS (1964)

- 45: PROFESSIONAL TRAINING FOR MASS COMMUNICATIONS (1965)
- 53: COMMUNICATION SATELLITES FOR EDUCATION SCIENCE AND CULTURE (1968).
- 23: CULTURAL RADIO BROADCASTS: SOME EXPERIMENTS, (DEC. 1956)
- 33: MASS MEDIA IN THE DEVELOPING COUNTRIES (1962).
- 38: SOCIAL EDUCATION THROUGH TELEVISION (1963).
- 42: SCREEN EDUCATION (1969).
- 46: RURAL MIMEO NEWSPAPERS (1966).
- 47: BOOKS FOR THE DEVELOPING COUNTRIES (1965).
- 48: RADIO BROADCASTING SERVES RURAL DEVELOPMENT (1965).
- 49: RADIO AND TELEVISION IN THE SERVICE OF EDUCATION AND DEVELOPMENT IN ASIA (1967).
- UNESCO.
WORLD COMMUNICATIONS, PARIS, 1964, AND LATER EDITIONS.
- UNESCO.
WORLD PRESS: NEWSPAPERS AND NEWS AGENCIES, 1964.
- UNESCO.
WORLD RADIO AND TELEVISION, 1965.
- VANDI, ABDULAI.
A MODEL OF MASS COMMUNICATION AND NATIONAL DEVELOPMENT: A LIBRARIAN PERSPECTIVE. WASHINGTON, UNIVERSITY PRESS OF AMERICA, 1979.

- WAPLES, DOUGLAS, ED.
PRINT, RADIO, AND FILM IN A DEMOCRACY. UNIV.
OF CHICAGO, 1942.
- WEINER, NORBERT.
CYBERNETICS, OR CONTROL AND COMMUNICATION IN
THE ANIMAL AND MACHINE. WILEY, 1940.
- WELLS, ALAN.
MASS COMMUNICATION: A WORLD VIEW 1ST ED. PALO
ALTO, CALIF., NATIONAL PRESS BOOKS.
- WELLS, GORDON.
HOW TO COMMUNICATE. LONDON, NEW YORK,
MCGRAW-HILL BOOK CO., 1978.
- WESTIN, ALAN F. WETTER, G.
INFORMATION TECHNOLOGY IN A DEMOCRACY.
HARVARD UNIV. PRESS, 1971.
- WHITAKER, URBANA GEORGE, ED.
PROPAGANDA AND INTERNATIONAL RELATIONS. SAN
FRANCISCO: H. CHANDLER, 1960.
- WHITE, RALPH K.
VALUE ANALYSIS: THE NATURE AND USE OF THE METHOD.
SOCIETY FOR THE PSYCHOLOGICAL STUDY OF SOCIAL
ISSUES, 1951.
- WHITE, WINSTON.
BEYOND CONFORMITY. THE FREE PRESS OF GLENCOE,
1961.

- WILKINSON, ALAN.
 INFORMATION FOR MANAGERS: A PRACTICAL APPROACH.
 LONDON, PITMAN, 1971.

- WILLIAMS, PATRICK.
 THE VITAL NETWORK: A THEORY OF COMMUNICATION
 AND SOCIETY. PEARCE - WESTPORT, CONN. GREENWOOD
 PRESS, 1978.

- WILLIAMS, RAYMOND.
 BRITAIN IN THE SIXTIES: COMMUNICATION.
 PENGUIN, 1962.

- WINDLESHAM.
 COMMUNICATION & POLITICAL POWER. VERRY, 1971.

- WHITTON, JOHN B. & LARSON, ARTHUR.
 PROPAGANDA AND THE COLD WAR. PRINCETON UNIV.
 SYMPOSIUM, WASHINGTON, PUBLIC AFFAIRS PRESS, 1963.

- WIENER, N.
 THE HUMAN USE OF HUMAN BEINGS. BOSTON,
 HOUGHTON MIFFLIN, 1960.

- WRIGHT, QUINCY.
 THE STUDY OF INTERNATIONAL RELATIONS. NEW YORK,
 APPLETON-CENTURY CROFTS, 1953.

- ZIMMER, ANNE.
 VISUAL LITERACY IN COMMUNICATION, DESIGNING FOR
 DEVELOPMENT. AMERSHAM, HULTON FOR THE INTERNATION-
 AL INSTITUTE FOR ADULT LITERACY METHODS, 1978.

إصدارات إدارة النشر بتهامة

سلسلة : الكتاب العربي السعودي

صدر منها :

المؤلف	الكتاب
الأستاذ أحمد قنديل	● الجبل الذي صار سهلاً
الأستاذ محمد عمر توفيق	● من ذكريات مسافر
الأستاذ عزيز ضياء	● عهد الصبا في البادية
الدكتور محمود محمد سفر	● التنمية قضية
الدكتور سليمان محمد الغنام	● قراءة جديدة لسياسة محمد علي باشا
الأستاذ عبد الله جفري	● الظلم
الدكتور عصام خوير	● الدوامه
الدكتورة أمل محمد شطا	● غداً أنسى
الدكتور علي طلال الجهني	● موضوعات اقتصادية معاصرة
الدكتور عبد العزيز حسين الصويغ	● أزمة الطاقة إلى أين؟
الأستاذ أحمد محمد جمال	● نحو تربية إسلامية
الأستاذ حمزة شحاتة	● إلى ابنتي شيرين
الأستاذ حمزة شحاتة	● رفات عقل
الدكتور محمود حسن زيني	● شرح قصيدة البردة
الدكتورة مريم البغدادى	● عواطف إنسانية
الشيخ حسين باسلامة	● تاريخ عمارة المسجد الحرام
الدكتور عبد الله حسين باسلامة	● وقفة
الأستاذ أحمد السباعي	● خالتي كدرجان
الأستاذ عبد الله الحصين	● أفكار بلا زمن
الأستاذ عبد الوهاب عبد الواسع	● علم إدارة الأفراد
الأستاذ محمد الفهد العيسى	● الإبحار في ليل الشجن
الأستاذ محمد عمر توفيق	● طه حسين والشيخان
الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي	● التنمية وجهاً لوجه
الدكتور محمود محمد سفر	● الحضارة تحدد
الأستاذ طاهر زعشمري	● عبر الذكريات
الأستاذ فؤاد صادق مفتي	● لحظة ضعف

- الأستاذ حمزة شحاتة
- الأستاذ محمد حسين زيدان
- الأستاذ حمزة بوقري
- الأستاذ محمد علي مغربي
- الأستاذ عزيز ضياء
- الأستاذ أحمد محمد جمال
- الأستاذ أحمد السباعي
- الأستاذ عبد الله جفري
- الدكتور فاتنة أمين شاكر
- الدكتور عصام خوقير
- الأستاذ عزيز ضياء
- الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي
- الأستاذ أحمد قنديل
- الأستاذ أحمد السباعي
- الدكتور إبراهيم عباس نتو
- الأستاذ سعد البواردي
- الأستاذ عبد الله بوقس
- الأستاذ أحمد قنديل
- الأستاذ أمين مدني
- الأستاذ عبد الله بن خيس
- الشيخ حسين عبد الله باسلامة
- الشيخ حسن عبد الله آل الشيخ
- الدكتور عصام خوقير
- الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
- الأستاذ عزيز ضياء
- الشيخ عبد الله عبد الغني خياط
- الدكتور غازي عبد الرحمن القصيبي
- الأستاذ أحمد عبد الغفور عطار
- الأستاذ محمد علي مغربي
- الأستاذ حسين سراج
- الأستاذ محمد حسين زيدان
- الأستاذ عبد العزيز الرفاعي
- الدكتور فؤاد عبد السلام الفارسي
- الرجولة عماد الخلق الفاضل
- ثمرات قلم
- بائع التبغ
- أعلام الحجاز في القرن الرابع عشر للهجرة
- النجم الفريد
- مكانك تحمدي
- قال وقلت
- نبض ...
- نبت الأرض
- السعد وعد
- قصص من سومرست موم
- عن هذا وذاك
- الأصداف
- الأمثال الشعبية في مدن الحجاز
- أفكار تربوية
- فلسفة المجانين
- خدعتني بحبا
- نقر العصفير
- التاريخ العربي وبدايته
- المجاز بين الإمامة والحجاز
- تاريخ الكعبة المعظمة وعمارتها
- خواطر جريئة
- السنيورة
- رسائل إلى ابن بطوطة
- جسور إلى القمة
- تأملات في دروب الحق والباطل
- الحمى
- قضاياء.. ومشكلات لغوية
- ملامح الحياة الاجتماعية في الحجاز
- الشوق إليك
- كلمة ونصف
- زيد الخير
- قضايا سياسية معاصرة

الأستاذ محمود عارف
الدكتور محمود محمد سفر

• أصدقاء قلم
• الاعلام موقف

نعت الطبع:

- عام ١٩٨٤ لجورج أورويل (ترجمة) الأستاذ عز يز ضياء
- مشواري مع الكلمة الأستاذ حسن عبد الحي قراز
- وجيز النقد عند العرب الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
- لن تلحد الأستاذ أبو عبد الرحمن ابن عقيل الظاهري
- الإسلام في نظر اعلام الغرب الشيخ حسين عبد الله باسلامة
- قصص من طاغور الأستاذ عز يز ضياء (ترجمة)
- أيامي.. الأستاذ أحمد السباعي
- ماما زبيدة الأستاذ عز يز ضياء (مجموعة قصصية)
- مدارسنا والتربية الأستاذ عبد الوهاب أحمد عبد الواسع
- دوائر في دفتر الزمن الأستاذ سباعي عثمان (مجموعة قصصية)
- من حديث الكتب الأستاذ محمد سعيد العامودي
- الموزون والمخزون الشيخ أبو تراب الظاهري
- ألحان مغترب الأستاذ طاهر زعشري (شعر)
- هكذا علمني ورد زورث الأستاذ أبو عبد الرحمن ابن عقيل الظاهري
- وحي الصحراء الأستاذ عبد الله بلخير
- لجام الأقلام الأستاذ محمد سعيد عبد المقصود
- قراءات في التربية وعلم النفس الشيخ أبو تراب الظاهري
- إليسا الأستاذ حسين سراج (شعر)
- حتى لا نفقد الذاكرة الأستاذ سعد البواردي
- غرام ولادة الأستاذ حسين سراج (مسرحية شعرية)
- أحاديث الدكتور عبد الرحمن بن حسن النفيسة
- نقاد من الغرب الأستاذ عبد الله عبد الوهاب العباسي
- شيء من حصاد الأستاذ حامد مطاوع

سلسلة : الكتاب الجامعي

صدر منها :

- الإدارة : دراسة تحليلية للوظائف والقرارات الإدارية
 - الجراحة المتقدمة في سرطان الرأس والعنق
(باللغة الانجليزية)
 - التومن الطفولة إلى المراهقة
 - الحضارة الإسلامية في صقلية وجنوب إيطاليا
 - النفط العربي وصناعة تكريره
 - الملامح الجغرافية لدروب الحجيج
 - علاقة الآباء بالأبناء
 - مبادئ القانون لرجال الأعمال
 - الاتجاهات العددية والنوعية للدوريات السعودية
 - مشكلات الطفولة
 - شعراء التروبادور
 - الفكر التربوي في رعاية الموهوبين
 - النظرية النسبية
 - أمراض الأذن والأنف والحنجرة
(باللغة الانجليزية)
- الدكتور مدني عبد القادر علاقي
 - الدكتور فؤاد زهران
 - الدكتور عدنان مجوم
 - الدكتور محمد عيد
 - الدكتور محمد جميل منصور
 - الدكتور فاروق سيد عبد السلام
 - الدكتور عبد المنعم رسلان
 - الدكتور أحمد رمضان شقلية
 - الأستاذ سيد عبد المجيد بكر
 - الدكتورة سعاد إبراهيم صالح
 - الدكتور محمد إبراهيم أبو العينين
 - الأستاذ هاشم عبده هاشم
 - الدكتور محمد جميل منصور
 - الدكتورة مريم البغدادي
 - الدكتور لطفي بركات أحمد
 - الدكتور عبد الرحمن فكري
 - الدكتور محمد عبد الهادي كامل
 - الدكتور أمين عبد الله سراج
 - الدكتور سراج مصطفى زقروق

تحت الطبع :

- الأدب المقارن
(دراسة في العلاقة بين الأدب العربي والآداب الأوروبية)
- هندسة النظام الكوني في القرآن
- المدخل في دراسة الأدب
- الرعاية التربوية للمكفوفين
- الدكتور عبد الوهاب علي الحكمي
- الدكتور عبد العليم عبد الرحمن خضر
- الدكتورة مريم البغدادي
- الدكتور لطفي بركات أحمد

الأستاذ أحمد شريف الرفاعي
الأستاذ أحمد محمد طاشكندي
الدكتور جيل حرب محمود حسين
الدكتور عبد الوهاب عبد الرحمن مظهر
الأستاذ صلاح البكري
الأستاذ علي بركات

(مجموعة قصصية)

- وللخوف عيون
- سوانح وخطرات
- الحجاز واليمن في العصر الأيوبي
- جهاز الكلية الصناعية
- القرآن .. ودنيا الإنسان
- أدباؤنا في سيرهم الذاتية

رسائل جارية

صدر منها :

الدكتور بهاء حسين عزي
الأستاذة أميرة علي المداح
الأستاذة ماضي بنت منصور بن عبد العزيز
آل سعود
الأستاذة ثريا حافظ عرفة
الأستاذة فوزية حسين مطر
الأستاذ عبد الله باقاري

- صناعة النقل البحري والتنمية
في المملكة العربية السعودية
(باللغة الانجليزية)
- العثمانيون والإمام القاسم بن علي في اليمن
- الملك عبد العزيز ومؤتمر الكويت
- الحراسانيون ودورهم السياسي
- تاريخ عمارة الحرم المكي الشريف
- القصة في أدب الجاحظ

تحت الطبع :

الأستاذ رشاد عباس معتوق
الأستاذ عبد الكريم علي باز
الأستاذ صدقة يحيى فاضل
الأستاذ نبيل عبد الحي رضوان

- نظام الحسبة في العراق .. حتى عصر المأمون
- افتراءات فليب حتى، وبروكلمان على التاريخ الإسلامي
- الامكانات النووية للعرب واسرائيل
- الدولة العثمانية وغربي الجزيرة العربية

كتاب الناس

وطني الحبيب

صدر منها :

الأستاذ يعقوب محمد اسحاق

- جدة القديمة

تحت الطبع :

الأستاذ يعقوب محمد اسحاق
الأستاذ عزيز ضياء
الأستاذة فريدة فارسي

- جدة الحديثة
- حكايات للأطفال
- قصص للأطفال

كتاب للأطفال

لكل حيوان قصة - الأستاذ يعقوب محمد اسحاق

صدر منها:

• الدجاج	• الذئب	• القرد..
• البط	• الأسد	• الضب
• الغزال	• البغل	• الثعلب
• الحمار الوحشي	• الفأر..	• الكلب
• البيغاء	• الحمار الأهلي	• الغراب
• الوعل	• الفراشة	• الأرنب
• الجاموس	• الخروف	• السلحفاة
• الحمامة	• الفرس	• الجمل

كتب صدرت باللغة الانجليزية

Books Published in English By Tihama

- Surgery of Advanced Cancer of Head and Neck.
F. M. Zahran
By A.M.R. Jamjoom
M.D. EED
- Zaki Mubarak: A Critical Study.
By Dr. Mahmud Al Shihabi
- Summary of Saudi Arabian
Third Five year Development Plan
- Education in Saudi Arabia, A Model with Difference
By Dr. Abdulla Mohamed Al-Zaid.
- The Health of the Family in A Changing Arabia
By Dr. Zohair A. Sebai
- Diseases of Ear, Nose and Throat
Dr. Amin A. Siraj
By Dr. Siraj A. Zakzouk
- Shipping and Development in Saudi Arabia
By Dr. Baha. Bin Hussein Azzee
- Tihama Economic Directory.
- Riyadh Citiguide.
- Banking and Investment in Saudi Arabia.
- A Guide to Hotels in Saudi Arabia.
- Who's Who in Saudi Arabia

هذا الكتاب

هذا الكتاب بما يحمل بين طياته لمؤترجمة لمشاعر بالغة
بخطاري، وتعبير عن فؤاد غمرتخي كموطن عز في مسالم تجاه الإعلام
بشقي صور وأساليبه ووسائله ومحتوياته سجلتها على فترات
زمنية مختلفة ... مشاعر وفؤاد ارتبطت بفكر في الخاص ومعاني في
الذاتية مع واقع الإعلام العزفي خاصة والعالمي على وجه العموم، عشت
جزوا منها خلال فترة الغربة عن الوطن من أجل العالم عندما كنت، ومازلت
كثيري من الشباب العزفي المسلم أنظر لما وأعتصر مسرة من تأشير
الرجعات الإعلامية الشرسة التي توهمها وسائل الإعلام العزفي إلى الإنسان
العزفي المسلم وإلى عقيدته وراثته، وقد ساعد لها على ذلك وتجميع عليه
تلك الممارسات الخاطئة والتصرفات العشوائية من بعض أجهزة الإعلام
العزفي، والواقع المؤلم الذي تعيشه الأمة العربية سواء ما ينبع من
ذاتها أو ما تفرضه عليها الظروف المحلية أو الدولية من مشكلات
وصلعات ما فتئ إعلامها يعبر عنها صباح مساء، فأنغمس بعضه في
فضلات منهيبة وتشجات إقليمية، وتلطخ بوحل التفرقة والنزاع، فصرفه
ذلك كله عن النهوض بمسؤولياته، ومتابعة قضايا أمته وصد الرجعات
الشرسة على إنسانه، والدفاع عن عقيدته وقيمه ومبادئه في الوقت
الذي ظل إعلام العدو مسخرًا لخدمة مبادئه، والترويج لسياساته
في شتى بقاع العالم بكل ما في تلك المبادئ والسياسة من
خبايا وتسلط واستعمار وتضليل ..

من مقدمة الكتاب

نقد كامله عن المؤلف على غلاف كتابه "المضادة تحدي"
رقم ٢٤ من سلسلة الكتاب العزفي السعودي